

**STRATEGI PEMASARAN DAN PROMOSI PRODUK SIMPEL iB
DI PT. BPRS SAKA DANA MULIA KUDUS**



TUGAS AKHIR

Diajukan Memenuhi Tugas dan Melengkap api Syarat

Guna Memperoleh Gelar Diploma Tiga

Dalam Ilmu Perbankan Syariah

Oleh :

Evi Isfahani

1505015054

Pembimbing

Heny Yuningrum, SE.,M.Si

19810609 200710 2005

**PROGRAM D3 PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2018

Heny Yuningrum, SE, Msi.

Tanjung Sari Utara Rt: 07 Rw: 05

Ngaliyan, Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Tugas Akhir

An. Sdr. Evi Isfahani

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah Tugas Akhir saudara:

Nama : Evi Isfahani

Nim : 1505015054

Judul : Strategi Pemasaran dan Promosi pada produk Simpel iB di PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus

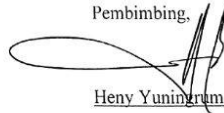
Mohon kiranya Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 05 Juni 2018

Pembimbing,



Heny Yuningrum, SE., M.Si.

19810609 200710 2005



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454 Semarang 50185

Website: febi.walisongo.ac.id – Email:

PENGESAHAN

Nama : Evi Isfahani
NIM : 1505015054
Prodi : D3 Perbankan Syariah
Judul : Strategi Pemasaran dan Promosi Pada Produk Simpel iB di PT BPRS Sak a Dana Mutia
Kudus

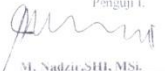
Setelah ditinjau oleh Dewan Pengun Program D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup, pada tanggal:

17 Juli 2018

Dapat diterima, sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Tahun Akademik 2018.

Semarang, 23 Juli 2018

Penguji I.


M. Nadzir, SHI, MSI

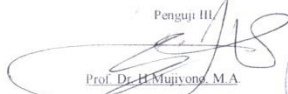
NIP. 19730923 200312 1 002

Penguji II.


Heny Yumurtum, SE, M Si

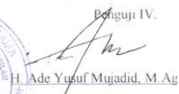
NIP. 19810609 200710 2 005

Penguji III.


Prof. Dr. H. Mujiyono, M.A

NIP. 19590215 198503 1 005

Penguji IV.


H. Ade Yusuf Mujaadid, M.Ag

NIP. 19670119 199803 1 002



Pembimbing


Heny Yumurtum, SE, M Si

NIP. 19810609 200710 2 005

MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَغْنَاهُمْ وَأَحْلَأَ مُهْمٌ وَأَبْرَارُهُمْ

Sukses sejati adalah kaya bersahaja dan mulia

The real sukses is the rich one, The humble and the charity one

(Prof. Dr. H. Mujiyono Abdullah, M.,A)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Tugas Akhir ini untuk:

1. Terimakasih kepada kedua orang tuaku tercinta Bapak sujadi (Alm) dan Ibu Furaida Mahyina yang telah memberikan kasih sayang, adik saya dan juga kepada nenek saya Hj.Amilah yang sangat berjasa memberikan kasih sayang, dan menyekolahkan saya, selalu menyemangati dan memberi nasehat, serta doa dan restu kalian adalah semangatku.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga tugas akhir ini tidak berisi atau pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 02 Juli 2018

Deklarator


Evi Isfahani
NIM. 15015054

ABSTRAK

Pemasaran dan Promosi sangatlah dibutuhkan dalam perbankan, karena pemasaran dan promosi sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan juga kemajuan bank tersebut. PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi, yaitu sebagai lembaga yang menjembatani antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang memerlukan dana dengan cara melakukan funding dan landing. Yang membedakan dengan Bank Konvensional adalah dalam cara menghimpun dana dari masyarakat harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Akan tetapi banyak lembaga keuangan yang mengatasnamakan syariah sedangkan prinsip syariah tidak diterapkan di dalamnya. Seperti akad wadi'ah dimana akad wadi'ah merupakan titipan dari pihak ketiga yang harus di jaga dan dikembalikan ketika diminta kembali tanpa memberatannya, dalam arti misalnya terdapat pembebanan biaya administrasi tabungan tiap bulannya yang harus memotong dana yang dititipkan oleh pihak ketiga. PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus mempunyai berbagai macam produk baik penghimpun dana maupun penyaluran dana. Salah satunya yaitu produk Simpel iB (Simpanan Pelajar) yang merupakan produk yang dibuat oleh aturan pemerintah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi pemasaran dan promosi pada produk PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus ini. Data-data yang diperoleh dengan observasi, wawancara dan juga dokumentasi. Serta metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan promosi pada produk simpel iB ialah dengan menentukan (1). Produk (produk) apa yang di pasarkan oleh PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus (2) price (Harga). (3) Place (tempat) pemasaran dan promosi produk. (4) promotion (Promosi). Selain itu ada strategi pendukung seperti (a) jemput bola.(b) door to door. (c) dan juga melakukan bauran promosi meliputi periklanan (advertising). (d) personal selling. (e) dan juga direct marketing. Serta penampilan pegawai yang rapi, bersih, sehingga nasabah memberikan nilai *plus* tersendiri. Adapun persiapan yang dilakukan

marketing dalam memasarkan dan mempromosikan produk simpanan pelajar (Simpel) iB yaitu performa, alat kerja, data pendukung, planning, dan juga komunikasi.

Kata kunci: Strategi pemasaran, produc, price, place, promotion, Simpel iB

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah yang telah memberikan rahmat, taufiq, kenikmatan, karunia-Nya serta telah memberikan petunjuk dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “STRATEGI PEMASARAN DAN PROMOSI PADA PRODUK SIMPEL IB DI BPRS SAKA DANA MULIA KUDUS”, Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW sebagai pemimpin Ummat manusia di dunia dan di akhirat, dan semoga kita menjadi umat yang mendapat syafa’at, Amin.

Karya tulis ini disusun sebagai bentuk pertanggung jawaban ilmiah selama penulisan mengikuti proses akademik Di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Program D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga pada kesempatan yang baik ini, penulis ini menyampaikan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr.H. Muhibin, M.Ag., Selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
3. H. Johan Arifin, S.Ag., MM, Selaku ketua program D3 perbankan syariah.
4. Dan khususnya ibu Heny Yuningrum, SE., M.Si, selaku dosen pembimbing Tugas Akhir (TA). Terimakasih atas bimbingan, masukan, kritikan, dan arahan ibu, sehingga dengan jangka

waktu yang cukup terbatas penulis bisa menyelesaikan TA ini dengan baik.

5. Seluruh staf dan karyawan program D3 perbnakan syari'ah fakultas ekonomi dan bisnis islam yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
6. Bapak Muklis, selaku direktur opertional BPRS Saka Dana Mulia kudu beserta staff yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam membimbing dan memberi ilmu selama pelaksanaan magang (pkl).
7. Ayahanda saya Bapak Sujadi (Alm) dan Ibu Furaida Mahyina serta Nenek saya Hj. Amilah yang selalu mendoakan dan mendukung saya dalam segala hal.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Semoga kebaikan dan ketulusan mereka semua menjadi amalibadah di sisi Allah SWT. Akhirnya, penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Semarang, 02 juli 2018

Penulis

Evi Isfahani

1505015054

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
HALAMAN ABSTRAK.....	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR	ix
HALAMAN DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan dan manfaat Penelitian	12
D. Tinjauan Pustaka	13
E. Metode Penelitian.....	15
F. Metode Analisa Data.....	17
G. Sistematika Penulisan.....	18

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi Pemasaran dan Promosi	20
B. Konsep Pemasaran	28
C. Bauran Pemasaran dan Promosi	33
D. Tantangan yang dihadapi	40

E. Pengertian Wadi'ah.....	41
F. Dasar Hukum Wadi'ah.....	47
G. Rukun dan Syarat Akad Wadi'ah.....	51
H. Bonus Wadi'ah.....	51

BAB III GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus	52
B. Visi dan Misi	54
C. Kepengurusan.....	54
D. Strategi dan Kebijakan Managemen.....	55
E. Pemberdayaan Sumber Daya Insani.....	56
F. Struktur Organisasi PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus	63
G. Job Description PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus	64

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran dan Promosi Pada Produk Simpanan Pelajar (Simpel) iB Di PT. BPRS Saka Dana Mulia.....	103
B. Pembukaan Produk Simpanan Pelajar (Simpel) iB di PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus	111
C. Tujuan Produk.....	114
D. Manfaat Produk.....	115

E. Analisis Pendukung dan Tantangan Strategi Pemasaran dan Promosi	116
--	-----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	119
B. Saran.....	121
C. Penutup.....	121

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam sistem keuangan syariah, bank sentral harus menjadi pusat perbankan syariah yang secara otonom bertanggung jawab merealisasikan sasaran-sasaran sosial-ekonomi perekonomian Islam. Bank sentral merupakan institusi primer yang bertanggung jawab mengimplementasikan kebijakan moneter negara. kebijakan moneter menurut ekonomi islam bertujuan untuk menciptakan keadilan sosial ekonomi dan pemerataan pendapatan atau kesejahteraan bagi seluruh rakyat dengan dasar persaudaraan universal.

Secara fungsional bank sentral harus mampu bertindak sebagai otoritas yang mengeluarkan uang berkoordinasi dengan pemerintah, mengusahakan stabilitas internal dan eksternal. Bank sentral harus mampu bertindak sebagai bankir bagi pemerintah bank komersial. Bank sentral harus melakukan persiapan untuk kliring dan penyelesaian cek dan transfer , serta bertindak sebagai *lender of the last resort*. Ia juga harus membimbing, melakukan supervisi, dan menerbitkan regulasi bank-bank komersial.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sejak 31 Desember 2013 fungsi, tugas dan wewenang pengaturan dan pengawasan jasa keuangan di sektor perbankan beralih dari Bank Indonesia (BI) ke OJK. Pengaturan dan pengawasan mengenai kelembagaan, kesehatan, aspek kehati-hatian,

dan pemeriksaan bank merupakan lingkup pengaturan dan pengawasan *microprudential* (individual bank) yang menjadi tugas dan wewenang OJK. Dalam rangka pengaturan dan pengawasan *macroprudential*, OJK berkoordinasi dengan BI untuk melakukan himbauan moral (*moral suasion*) kepada perbankan. Koordinasi dan kolaborasi BI dan OJK telah diatur dalam pasal 39 dan 43 Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia. Di bawah ketua OJK terdapat Eksekutif pengawas perbankan.¹

Pengaturan kegiatan perbankan syariah pertama kali diatur dalam UU No.7 Th.1992 tentang perbankan, dengan menyebut istilah “bank berdasarkan prinsip bagi hasil”, tanpa memberikan *definisi prinsip bagi hasil* tersebut. *Definisi prinsip bagi hasil* disebutkan dalam PP No.72 Th. 1992 tentang Bank berdasarkan prinsip bagi hasil pasal 2 yaitu prinsip bagi hasil berdasarkan syariat yang digunakan oleh bank berdasarkan prinsip bagi hasil dalam (a) menetapkan imbalan yang akan diberikan kepada masyarakat sehubungan dengan penggunaan atau pemanfaatan dana masyarakat yang dipercayakan kepadanya, (b) menetapkan imbalan yang akan diterima sehubungan dengan penyediaan dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan baik untuk keperluan investasi maupun modal kerja termasuk kegiatan usaha jual beli, (c) menetapkan imbalan sehubungan dengan kegiatan usaha lainya yang lazim dilakukan oleh bank dengan prinsip bagi hasil. Dalam UU No. 7 Th. 1992, kredit,

¹ Andri Soemitra, *Bank & lembaga keuangan Syariah edisi kedua*, Jakarta: Kencana, 2009., Hlm.53-54

sebagai kegiatan yang dilakukan oleh bank konvensional, diartikan lebih luas dari pengertian kredit yang diberikan pada UU No. 14 Th.1967 tentang pokok-pokok perbankan. Pada pasal 1 angka 12 UU No. 7 Th. 1992 disebutkan definisi kredit yaitu

.....penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak meminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil keuntungan.

Kegiatan usaha perbankan tidak terbatas pada pemberian bunga, tetapi juga dalam bentuk imbalan atau pembagian hasil keuntungan. Namun, imbalan atau pembagian hasil keuntungan ini adalah bagian dari kegiatan kredit.

Melalui UU No. 10 Th. 1998 tentang perubahan atas UU No. 7 Th. 1992 tentang perbankan, istilah “bank berdasarkan prinsip bagi hasil” diubah dengan istilah “bank berdasarkan prinsip syariah”. Disebutkan definisi prinsip syariah dalam pasal 1 angka 13 adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain, pembiayaan berdasarkan prinsip syariah, antara lain berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan

adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang di sewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina). Dan juga ada titipan (wadi'ah).

Pengertian kredit itu sendiri dalam UU No.10 Th.1998 telah mengeluarkan imbalan dan pembagian hasil keuntungan. Pengertian kredit itu telah kembali ke pengertian awal yang sebelumnya diatur dalam UU No. 14 Th.1967 yaitu hanya penerapan bunga di dalamnya. Penerapan imbalan dan pembagian hasil keuntungan termasuk dalam kegiatan pembiayaan. Bagi bank yang berdasarkan prinsip syari'ah tidak melaksanakan kegiatan kredit, tetapi melaksanakan kegiatan pembiayaan yang menerapkan imbalan atau bagi hasil (UU No. 10 Th.1998, pasal 1 angka 12).²

Di Indonesia, regulasi mengenai bank syariah tertuang dalam UU No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

1. Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalulintas pembayaran.

² H.M. Atho Mudzhar, Choirul Fuad Yusuf, dkk, *Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam perspektif hukum dan perundang-undangan*, jakarta: puslitbang kehidupan keagamaan badan litbang dan diklat kementerian agama RI, 2012. H.265-267

BUS dapat berusaha sebagai bank devisa dan bank non devisa. Bank devisa adalah bank yang dapat melaksanakan transaksi keluar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, seperti transfer keluar negeri, inkaso keluar negeri, pembukaan *letter of credit*, dan sebagainya.

2. Unit Usaha Syariah (UUS), adalah unit kerja kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan unit syariah.
3. Bank Pembiayaan Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bentuk hukum BPRS perseroan terbatas. BPRS hanya boleh dimiliki oleh WNI dan badan hukum Indonesia dengan pemerintah daerah.³

Secara filosofis, bank syariah adalah bank yang aktifitasnya meninggalkan masalah riba. Dengan demikian, penghindaran bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia Islam dewasa ini. Belakangan ini para ekonom muslim telah mencurahkan perhatian besar guna menemukan cara untuk

³ Andri Soemitra, *Bank & lembaga keuangan Syariah edisi kedua*,...,H.58

menggantikan sistem bunga dalam transaksi perbankan dan keuangan yang lebih sesuai dengan etika islam. Keuangan maupun non keuangan.

..... وَأَحْلَ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا.....

Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..(Q.s. Al-Baqarah (2) : 275)⁴

Dan alasan praktisnya adalah sistem perbankan berbasis bunga atau konvensional mengandung beberapa kelemahan.⁵

Upaya ini dilakukan dalam upaya membangun model teori ekonomi yang bebas bunga dan pengujiannya terhadap pertumbuhan ekonomi, alokasi, dan distribusi pendapatan.

Oleh karena itu, mekanisme perbankan bebas bunga yang biasa disebut dengan bank syariah didirikan. Perbankan syariah didasarkan pada alasan filosofis maupun praktik. Alasan filosofinya adalah dilarangnya riba dalam transaksi.

Perbankan syari'ah yang telah diperkenalkan kepada masyarakat sejak tahun 1992 hingga saat ini belum menunjukkan pertumbuhan sebagaimana yang diharapkan. Perkembangan perbankan syari'ah di indonesia masih pada tahap awal. Hal ini

⁴ Alqur'an surat Al-Baqarah (2) ayat 275

⁵ Amir machmud rukmana, *Bank syariah*, jakarta:pt. Gelora aksara pratama,2010, H. 4-5

ditunjukkan dengan populasi yang masih kecil, yaitu satu (1) bank umum syariah dan 77 bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) dibandingkan dengan populasi bank konvensional sejumlah 208 bank umum dan 2.231 bank perkreditan rakyat (BPR). Dari jumlah 77 BPRS tersebut, diperkirakan sekitar 30% dalam kondisi baik, selebihnya memerlukan perhatian dan penanganan yang serius untuk kelangsungannya.

Dalam perkembangan teknologi informasi mendorong perubahan yang sangat besar bagi manajemen perusahaan untuk dapat unggul dalam persaingan. Dalam kondisi yang saat ini, hal utama yang harus diprioritaskan yaitu mengambil inisiatif menambah pelayanan agar dapat menyesuaikan ataupun memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan para konsumen, bersaing dan juga dapat menguasai pasar. Kesuksesan finansial sering bergantung pada kemampuan pemasaran, finansial akuntansi, dan fungsi bisnis lainnya tidak akan berarti jika tidak ada cukup permintaan produk dan jasa sehingga perusahaan bisa menghasilkan keuntungan, Harus ada pendapat agar laba didapat. Banyak perusahaan sekarang menciptakan posisi Kepala pemasaran (*Chief marketing Officer atau CMO*) untuk menempatkan posisi pemasaran setara dengan level kepala (*chief*) lainnya, seperti Eksekutif Kepala (*Chief Executiv Officer-CEO*), Kepala Keuangan (*Chief Financial Officer- CFO*). Ketika menyatakan prioritas bisnis mereka, para CEO mengakui pentingnya pemasaran. Sebuah survey tentang 10 tantangan terbesar yaitu dihadapi para CEO

diseluruh dunia tahun 2006 mengungkap bahwa pada peringkat 5 terbesar ada “pertumbuhan pendapatan yang sangat bergantung pada pemasaran dan loyalitas atau retensi pelanggan. Pencapaian kedua hal tersebut sangat bergantung pada pemasaran. Para CEO juga mengetahui pentingnya pemasaran untuk membangun merk dan basis pelanggan yang loyal, yang merupakan aset tak berwujud yang membentuk presentasi nilai yang besar dari sebuah perusahaan.”⁶

Perencanaan pemasaran dimulai dengan merumuskan sebuah penawaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan sasaran. Pelanggan akan menilai penawaran berdasarkan tiga elemen dasar: fitur dan kualitas produk, bauran dan kualitas layanan, serta harga.⁷

Konsep pemasaran yaitu untuk mencapai tujuan organisasi yang terdiri dari pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran, serta memberikan kepuasan yang diharapkan yang lebih efektif dan juga efisien. Dalam hal ini perusahaan tidak hanya membutuhkan pengembangan produk dan jasa yang baik. Penerapan harga yang menarik serta lancarnya distribusi produk dan jasa, tapi juga harus mengadakan komunikasi atau promosi dengan nasabahnya ataupun calon nasabahnya. Promosi merupakan kunci keberhasilan penyampaian produk atau jasa kepada nasabah atau calon

⁶ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen pemasaran edisi 12 jilid 1*, Jakarta :Erlangga 2008., H.4-5

⁷ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid2*, Jakarta: Erlangga 2008., H.4

nasabah. Definisi dasar komunikasi adalah keberhasilan menyampaikan makna sesuatu kepada orang lain. Tujuan promosi adalah menyebar luaskan informasi guna memberitahukan pelanggan potensial.

Komunikasi atau promosi dikatakan berhasil jika pesan yang disampaikan dapat difahami khalayak (*audience*), serta membuat audience melakukan sesuatu mengenai isi pesan tersebut.

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir setelah produk, harga dan tempat. Serta inilah yang paling sering diidentikkan sebagai aktivitas pemasaran dalam arti sempit. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang termasuk penting selain produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.⁸

BPRS Saka Dana Mulia yang merupakan BPRS pertama di Kabupaten Kudus, dikelola secara profesional dengan Sumber Daya Insani yang memiliki integritas dan kompetensi memadai. Keberadaan BPRS Saka Dana Mulia di tengah-tengah masyarakat Kudus untuk memperkuat jaringan ekonomi syari'ah di Indonesia. BPRS Saka Dana Mulia Kudus mempunyai berbagai macam produk baik penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Salah satu produk penghimpunan dana yaitu produk simpel (simpanan pelajar) yang merupakan produk yang di buat oleh aturan

⁸ .NurRianto Al arif, *Dasar-dasar pemasaran bank syariah*, Bandung: Alfabeta,2012.,H.169

pemerintah. Simpanan pelajar (simpl) iB adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Simpanan pelajar (SIMPEL) iB merupakan bentuk produk tabungan dengan Akad Wadi'ah. akad wadi'ah adalah titipan murni dari pihak penitip (*Muwaddi'*) yang mempunyai barang atau asset kepada pihak penyimpan (*Mustawda'*) yang diberi amanah atau kepercayaan, baik individu maupun badan hukum, tempat barang yang dititipkan harus dijaga dari kerusakan, kerugian, keamanan, dan keutuhannya, dan dikembalikan kapan saja penyimpan menghendaki. Barang atau aset yang dititipkan adalah sesuatu yang dapat berupa uang, barang, dokumen, surat berharga, atau barang berharga lainnya.⁹ Dan diperuntukan bagi siswa PAUD, TK, SMP, SMA, sederaj atau madrasah (MI, MTS, MA) atau sederajat, yang berusia dibawah 17 tahun dan belum memiliki ktp. Pada produk Simpel iB ini tidak dipungut biaya administrasi dan karna menggunakan akad wadi'ah jadi pada produk Simpel iB maka menggunakan bonus dimana BPRS Saka dana mulia kudus memberikan bonus 0,5 % dari simpanan nasabah.¹⁰

⁹ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2015. H. 42

¹⁰ Wawancara dengan Bapak Muklis arifiyanto direktur operasional PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.¹¹

Produk simpanan pelajar (simpler) iB ini dirancang untuk membantu para orang tua agar dapat menyisihkan dana yang mereka punya untuk ditabungkan guna biaya anak sekolah. Dengan ditabungkan uang sekolah dapat menghindari kesulitan disuatu saat membutuhkan biaya yang besar untuk anak sekolah. Dan cukup dengan Rp. 1000,- bisa membuka Rekening Simpanan pelajar (Simpler) iB di BPRS Saka Dana Mulia, dan setoran selanjutnya minimum Rp. 1000,- dan transaksi penyetorannya dapat dilayani di sekolah dan jaringan kantor bank. Produk Simpanan Pelajar (Simpler) iB di PT. BPRS Saka Dana Mulia lahir pada pertengahan tahun 2017, dengan jumlah nasabah 33 orang nasabah.¹²

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk membahas lebih mendalam kaitannya dengan produk Simpanan pelajar (simpler) iB di PT. BPRS Saka Dana Mulia sebagai obyek penulisan tugas akhir dengan mengangkat judul, “ **Strategi**

¹¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Suatu Pengenalan Umum*, diterbitkan atas kerja sama Tazkia Institute, H. 205

¹² Wawancara Muklis arifiyanto direktur operasional BPRS Saka Dana Mulia Kudus

Pemasaran Dan Promosi Produk Simpel iB Di PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus ” .

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Strategi Pemasaran Dan Promosi Produk Simpel di PT.BPRS Saka Dana Kudus?
2. Bagaimana Pembukaan Produk Simpel Di PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran dan promosi pada produk Simpel iB di PT. BPRS Saka DanaMulia kudus
2. Untuk mengetahui bagaimana pembukaan produk simpel iB

b. Manfaat penelitian

1. Sebagai sarana untuk meningkatkan wawasan informasi yang tepat dengan jelas mengenai system dan simpanan pelajar dana mulia iB di PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus.
2. Sebagai sarana memperkenalkan produk-produk di PT. BPRS Saka Dana mulia
3. Melatih bekerja dan berfikir kreatif serta inovatif dengan mengaplikasikan teori-teori yang di dapat selama magang di PT. BPRS Saka Dana Mulia.
4. Penelitian ini digunakan untuk memperkenalkan eksistensi bank syariah kepada masyarakat luas.

5. Memberikan informasi dan pengetahuan tambahan yang dapat di jadikan bahan pertimbangan untuk meningkatkan usaha secara syari'ah.
6. Sebagai sarana untuk menambah kepercayaan masyarakat terhadap tata kelola PT. BPRS Saka Dana Mulia.

D. Tinjauan Pustaka

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis melakukan kajian-kajian terdahulu yang digunakan sebagai tinjauan tugas akhir ini diantaranya.

Dalam tugas akhir ini yang berjudul “ Strategi pemasaran produk simpanan sirela dalam meningkatkan jumlah anggota di BMT Walisongo semarang ” yang ditulis oleh Risdiana Ulfa, NIM : 140501086 menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan di BMT Walisongo dalam meningkatkan jumlah anggotanya yaitu dengan cara, meningkatkan pelayanan kepada anggota, pengelolaan sumber daya manusia, jemput bola, sosialisasi produk, semua karyawan wajib mempromosikan produk BMT, dan juga media promosi.¹³

Penelitian tentang ” Analisis Promotion Mix Pada Pembiayaan Murabahah Di BPRS Saka Dana MuliaKudus ”oleh Atik Rahmawati pada tahun 2014, menyimpulkan bahwa, Berdasarkan hasil penelitian dari promosi yang dilakukan pada

¹³ Risdiana Ulfa, *Stretegi pemasaran produk simpanan suharela(sirela) di BMT WalisngoSemarang Mijen*, Semarang: TA UIN WalisongoSemarang

BPRS Saka Dana Mulia Kudus dalam hubungan usaha meningkatkan pembiayaan Murabahah maka dapat di simpulkan bahwa BPRS Saka Dana Mulia Kudus melaksanakan semua kegiatan promosi, yaitu periklanan, personal selling, promosi penjualan, dan publitas.¹⁴

Penelitian Tentang “ Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) pada Bank Perusahaan Daerah Perkreditan Rakyat Sarimadu Cabang Pekanbaru”, oleh Ayu Sriwantira membahas, Prosedur tabungan simpel adalah tabungan untuk perorangan atau kelompok yang diperuntukan bagi pelajar, Dengan ketentuan yang ada mempermudah nasabah membuka buku tabungan dan fasilitas yang ada, yang mana pada setiap pembukaan ini menguntungkan nasabah dalam setiap transaksi. Selanjutnya Strategi dan perkembangan dalam pemasaran produk tabungan simpel sudah cukup meningkat, dengan promosi produk yang dilakukan bank Sarimadu dapat ditingkatkan lagi dengan mendatangi calon nasabah, karena dengan sistem tersebut calon nasabah merasa lebih diperhatikan dan merasa lebih puas dengan keterangan-keterangan yang diperolehnya dibanding dengan cara promosi yang telah dilakukan selama ini. Strategi pemasaran produk tabungan simpel pada bank sarimadu menurut tinjauan ekonomi islam. Yang mana pada setiap strategi pemasarannya

¹⁴ Atik Rahmawati, *Analisis Strategi Promotion Mx Pada Pembiayaan Murabahah DiBPRS Saka Dana Mulia Kudus.*, Semarang : TA IAIN Walisongo Semarang

menguntungkan semua pihak dan memiliki kejelasan dalam setiap transaksi.¹⁵

Perbedaan peneliti dahulu dengan peneliti sekarang adalah peneliti sekarang lebih memfokuskan pada penelitian Strategi yang di gunakan BPRS untuk memasarkan dan mempromosikan Produk Simpel iB di BPRS Saka Dana Mulia Kudus.

E. Metode penelitian yang digunakan

1. Jenis dan sifat penelitian

a. Lapangan

Jenis penelitian yang akan penulis gunakan adalah jenis penelitian lapangan (*fieldresearch*), yaitu *research* yang dilakukan di kancah atau medan terjadinya gejala-gejala. Penelitian lapangan adalah cara pengumpulan data dan informasi secara langsung disertai dengan analisa dan pengujian kembali atas semua yang telah dikumpulkan langsung di PT. BPRS Saka Dana Mulia, khususnya mengenai simpanan pelajar (simpl) iB , mulai dari cara nasabah menabung hingga cara pengambilannya serta bagaimana cara pemasaran produk nya.

¹⁵ Ayu Sriwantira, *StrategiPemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpl) pada Bank Perusahaan Daerah Perkreditan Rakyat Sarimadu Cabang Pekanbaru*, Riau-Pekanbaru: TA Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang diteliti, dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap masalah yang dihadapi. Dengan data ini penulis mendapatkan gambaran umum tentang BPRS Saka Dana Mulia, Mendapatkan slip setoran tabungan dan data mengenai strategi pemasaran dan promosi produk simpanan pelajar (simpl) iB di PT. BPRS Saka Dana Mulia .

c. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung, diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitiannya.¹⁶ Dalam hal ini data yang diambil adalah dokumen-dokumen mengenai simpanan pendidikan. Selain itu juga data diperoleh melalui buku-buku referensi lainnya.

3. Metode Pengumpulan Data

1) Metode Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan

¹⁶ Saifuddin Awar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012, H. 91

permasalahan yang harus diteliti¹⁷. Dalam metode ini penulis melakukan wawancara dengan Direktur Operasional di PT. BPRS Saka Dana Mulia.

2) Metode *Observasi*

Yaitu teknik yang menuntut suatu pengalaman dari si peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya¹⁸. Dalam hal ini penulis mengamati langsung kegiatan dan mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan Strategi pemasaran dan promosi pada produk Simpel iB di PT. BPRS Saka Dana Mulia.

3) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah cara pengumpulan data dengan mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan-catatan suatu peristiwa yang ditinggalkan baik, tertulis maupun tidak tertulis. Dalam hal ini, penulis mengumpulkan data-data yang diperoleh dari PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus.

F. Metode Analisa Data

Dan juga jenis penelitian ini menggunakan penelitian secara kualitatif dan pendekatan atau penelitian kualitatif. Penelitian dengan pendekatan kualitatif lebih menekankan analisisnya pada

¹⁷ Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, cet. Ke-2, 2012, H. 137.

¹⁸ Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking...*H. 117

proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah.¹⁹

G. Sistematika Penulisan

BAB I :PENDAHULUAN

Berisi Tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI TENTANG STRATEGI PEMASARAN DAN PROMOSI

Pada bab ini berisi tentang Pengertian Strategi, pengertian Pemasaran dan Promosi, strategi pemasaran dan promosi, Strategi Bauran Pemasaran, dan juga tantangan yang dihadapi dalam pemasaran dan promosi.

BAB III: GAMBARAN UMUM BPRS SAKA DANA MULIA KUDUS

Bab ini menjelaskan tentang sejarah singkat PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus, Visi dan Misi PT. BPRS Saka

¹⁹ Astrid Getruida, dan Balqiz, Metode Penelitian, Jogja: Pustaka Pelajar, 1997. H. 5

Dana Mulia Kudus, Struktur organisasi PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus, Produk BPRS Saka Dana Mulia Kudus, dan bagaimana strategi pemasaran dan promosi di PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMABAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang Analisis dari hasil penelitian dan Evaluasi Pembahasan Strategi Pemasaran dan Promosi Pada Produk Simpel iB di PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus.

BAB V: PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan, saran atau rekomendasi, penutup yang didapatkan dari penelitian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi Pemasaran Dan Promosi

1. Pengertian Strategi

Menurut kamus umum bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu siasat perang atau akal (tipu muslihat) untuk mencapai suatu maksud.²⁰ Strategi (strategy) didefinisikan sebagai “berbagai cara untuk mencapai tujuan (*ways to achieve ends*)”. Chandler dan Andrews (Besanko, dkk., 2007) mendefinisikan pengertian strategi ini mencakup juga penetapan berbagai tujuan serta arah usaha perusahaan dalam jangka panjang.²¹

Selain sebagai “berbagai cara untuk mencapai tujuan (*Ways to achieve ends*)” melainkan pula penentuan berbagai tujuan itu sendiri. Sebagaimana dirumuskan oleh Chandler, strategi merupakan: “*the determination of long-term goals of an enterprise and the adoption of courses of action and the allocation of resources necessary for carrying out these goals*”. Strategi dipahami pula sebagai sebuah pola yang mencakup didalamnya baik strategi yang baik yang direncanakan (*intended strategy* dan *deliberate strategy*) maupun strategi yang pada awalnya tidak dimaksudkan oleh perusahaan (*emerging strategy*)

²⁰ Makhalul ilmi, *Teori praktek mikro keuangan syariah*, Yogyakarta: UII Pres, 2001., H. 2.

²¹ Ismail Solihin, *Manajemen Strategi*, Bandung: Erlangga, 2012., H. 24

tetapi menjadi strategi yang dipertimbangkan bahkan dipilih oleh perusahaan untuk diimplementasikan (realized strategy).²²

Pengertian lain mengatakan Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya, dan sekaligus dapat dibentuk strategi yang terealisasi yang dapat muncul dalam tanggapan terhadap strategi yang dapat berkembang dan diciptakan secara sengaja melalui sebuah proses perumusan (*formulation*) yang diikuti oleh pelaksanaan (*implementation*).²³

2. Pengertian Pemasaran

Istilah pemasaran muncul pertama kali sejak kemunculan istilah barter. Proses pemasaran dimulai sebelum barang-barang diproduksi dan tidak berakhir dengan penjualan.

Menurut kotler, marketing (pemasaran) adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran (exchange).²⁴

Pemasaran adalah suatu aktivitas perusahaan yang kompleks, perhatian pertama pemasaran adalah pasar dan menciptakan pertukaran yang saling memuaskan dengan mereka

²² Ismail Solihin, *Manajemen Strategi...*, H. 64

²³ Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, Yogyakarta: Amara Book, 2008., H. 27

²⁴ Herry Sutanto, Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013., H. 37

yang terlibat dalam pasar. The Board Of American Marketing Association, (1985) mendefinisikan pemasaran (Marketing) sebagai proses suatu perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individual dan organisasi.²⁵

Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Salah satu dari definisi pemasaran terpendek adalah “memenuhi kebutuhan secara menguntungkan.”

Asosiasi pemasaran Amerika menawarkan definisi formal berikut: *pemasaran adalah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya*. Saat berhadapan dengan proses pertukaran, harus ada sejumlah besar pekerjaan dan keteampilan. Manajemen pemasaran terjadi bila sekurang-kurangnya satu pihak pada pertukaran potensial berpikir tentang makna dari mencapai tanggapan yang diinginkan dari pihak lain. Kami melihat manajemen pemasaran sebagai *seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan*

²⁵ Amin widjaja Tunggal, *Audit Pemasaran (Marketing Audit)*, Jakarta: PT.RinekaCipta,1992.,H.1

*pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.*²⁶

3. Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir setelah produk, harga dan tempat, serta inilah yang paling sering di identikan sebagai aktivitas pemasaran dalam arti sempit. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang termasuk penting selain produk , harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi nasabah tidak dapat mengenal dan mengetahui bank apalagi produk-produknya. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis prduk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya.²⁷

Michael Ray, mendefinisikan promosi sebagai “ *the coordination of all seller-iniated efforts to setup channels of information and persuasion to sell goods and services or*

²⁶ Philip kotler & Kevin Lane Kotler, *Manajemen pemasaran edisi 12 jilid 1...*, H.7

²⁷ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar pemasaran Bank Syariah,...*, H.169

promote aidea”(koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan). Instrumen dasar untuk mencapai tujuan komunikasi perusahaan disebut dengan bauran promosi atau *promotion mix*.²⁸

4. Strategi Pemasaran

Strategi dapat membentuk sekaligus dibentuk. Suatu strategi yang terealisasi dapat muncul dalam tanggapan terhadap suatu situasi yang sedang berkembang, atau strategi itu dapat diciptakan secara sengaja, melalui sebuah proses perumusan (formulation) yang di ikuti oleh pelaksanaan (implementation). Tetapi ketika keinginan (intention) yang terencana ini tidak menghasilkan tindakan yang diinginkan, organisasi ditinggalkan dengan stretegi yang tidak terealisasi.

Orang mengambil tindakan satu demi satu dan menanggapinya, sehingga pola-pola akhirnya berbentuk.

Strategi-strategi yang efektif dapat terlihat dalam tempat-tempat yang paling aneh dan berkembang melalui sarana yang paling tidak diduga. Tidak ada cara yang paling baik untuk menyusun strategi.

Dengan adanya kenyataan bahwa konsumen adalah berbeda sehingga satu program pemasaran yang ditunjukkan

²⁸ Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Prenadamedia grup, 2010., H. 16

untuk semua konsumen adalah berbeda sehingga satu program pemasaran yang ditunjukan untuk semua konsumen bukan merupakan strategi yang baik.

Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis. Dengan adanya strategi pemasaran, maka implementasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadardan rasinal tentang bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya dalam lingkungan bisnis yang semakin tubulen. Strategi pemasaran bagi setiap perusahaan dapat berfungsi sebagai berikut:

- a. Sebagai respons organisasi untuk menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan sepanjang siklus bisnis.
- b. Sebagai upaya untuk membedakan dirinya dari pesaing dengan menggunakan kekuatan korporat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih baik dalam lingkungan tertentu.
- c. Sebagai kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis, memberikan kesatuan arah bagi semua mitra internal perusahaan. Strategi pemasaran yang jelas akan memberi arah mengkombinasikan variabel-variabel segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positionin*, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran

konsep strategis yang tidak jelas, keputusan yang diambil akan subjektif.

- d. Sebagian pedoman dalam mengalokasikan sumber daya dan usaha organisasi. Setiap organisasi membutuhkan strategi untuk menghadapi situasi:
 - Keterbatasan sumber daya yang dimiliki
 - Ketidakpastian kekuatan bersaing perusahaan
 - Mengkoordinasikan keputusan-keputusan antar bagian sepanjang waktu
 - Ketidakpastian pengendalian inisiatif
- e. Sebagai alat fundamental untuk mencapai tujuan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan dalam melayani pasar sasaran.²⁹

Selain itu ada juga strategi pemasaran yang lain seperti:

- a. Memperkenalkan perbedaan produk BPRS Saka Dana Mulia dengan BPRS dan Bank-bank lain
- b. Pelayanan
Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Dan BPRS Saka Dana Mulia memberikan pelayanan yang ramah, sopan, dan siap melayani nasabah dengan baik.
- c. Lebih mendekatkan dengan nasabah

²⁹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia 2010, H.119

5. Strategi Promosi

Strategi promosi yang dikeluarkan oleh PT. BPRS Saka Dana Mulia dalam melaksanakan promosi produk Simpel iB yaitu promosi dengan cara memberikan kemudahan serta kelebihan dari pelayanan service kepada nasabahnya. Selain itu PT.BPRS Saka Dana Mulia juga memfasilitasi kebutuhan sekolah pada even tahun ajaran baru, membuatkan pamvlet atau brosur-brosur, memberikan sovenir, sosialisasi produk Simpel iB si sekolah-sekolah, sosialisasi dengan melalui pintu ke pintu (door to door) dengan menawarkan produk simpel iB, meningkatkan kualitas produk dan kuantitas.³⁰

Setiap bank harus mampu berkomunikasi dengan nasabah, dan tidak melepaskan diri dari peran mereka sebagai komunikator dan promotor. Untuk bisa berkomunikasi secara efektif bank merancang program-program promosi yang menarik, mampu mendidik wiraniaganya supaya bersikap ramah dan mampu memberikan informasi yang jelas. Wiraniaga harus di didik untuk dapat menjadi seorang komunikator yang handal, agar mampu menyampaikan pesan perusahaan kepada konsumen secara jelas dan lugas serta mampu menarik konsumen untuk mencari informasi tambahan seputar pesan yang disampaikan oleh perusahaan.

³⁰ Wawancara dengan Bapak Mukhlis direktur operasional BPRS Saka Dana Mulia Kudus

Komunikator ditantang untuk dapat merangsang dan menciptakan suatu pesan yang mampu menyita perhatian masyarakat dari gangguan-gangguan sekelilingnya, sehingga mampu mengalihkan perhatiannya kepada pesan yang akan disampaikan oleh perusahaan. Komunikator berusaha agar mampu menemukan sifat masyarakat yang berhubungan dengan tingkat kemampuan mereka yang dibujuk. Komunikator harus mengetahui ciri-ciri masyarakat yang bertoleransi dengan kemampuannya untuk menggunakannya sebagai patokan dalam pengembangan dan penentuan media promosi yang akan di pilih perusahaan.³¹

B. Konsep Pemasaran

Philip kotler dan sidney j. levvy, 1969, Broadeningthe conceptof marketing , journal of marketing, january. Menyatakan bahwa Konsep pemasaran modern berperan sangat alamiah untuk mendiskripsikan satu strategi penting semua aktivitas organisasi. Semua organisasi yang harus mengembangkan produk-produk yang tepat untuk melayani kelompok-kelompok konsumennya dan harus menggunakan sarana-sarana komunikasi modern untuk dapat menjangkau publik-publik penggunanya. Warisan bisnis pemasaran memberikan banyak konsep yang paling penitng dalam memandu seluruh organisasi.

³¹ Nur Rianto Al Arif , *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*,
H.170

Paul F Anderson 1982, Marketing Strategic Planning and the Theory of the Firm, Journal of Marketing, Vol.46 (spring). Juga menyatakan bahwa , Konsep pemasaran pada hakekatnya merupakan suatu keadaan pikiran atau suatu pandangan dunia, yang menyadari atau mengetahui betul bahwa firma-firma dapat *survive* sejauh firma-firma tersebut memenuhi dan memuaskan kebutuhan-kebutuhan riil setiap kelompok konsumen. Salah satu fungsi pokok bidang pemasaran adalah untuk mengkomunikasikan perspektif ini kepada *top management* (manajemen puncak) dan bidang-bidang fungsional lainnya.

Konsep yang merupakan dasar pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu organisasi:

1. Konsep Produksi

Konsep produksi berpendapat bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia di mana-mana dan harganya murah. Para manajer dalam organisasi yang berorientasi pada produksi memusatkan upayanya untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi dan liputan distribusi yang luas.

2. Konsep Produk

Konsep produk menjelaskan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi, dan ciri-ciri yang baik. Para manajer dalam organisasi yang berorientasi pada produk ini memusatkan usaha untuk menghasilkan produk yang baik dan terus menerus menyempurnakannya.

3. Konsep Penjualan

Konsep penjualan berpendapat bahwa konsumen jangan dibiarkan begitu saja, organisasi harus melaksanakan upaya penjualan dan promosi yang agresif.

4. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran mengatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Konsep pemasaran bersandar pada empat tiang utama

a. Fokus pasar

Perusahaan akan berhasil baik jika mereka menetapkan batas pasar pasarnya secara cermat. Perusahaan akan berhasil baik bilamana mereka mempersiapkan program pemasaran yang sesuai untuk masing-masing pasar sasaran.

b. Orientasi kepada pelanggan

Pemikiran yang berorientasi pelanggan mengharuskan perusahaan untuk secara cermat menentukan kebutuhan pelanggan dari sudut pandang pelanggan bukan dari sudut pandangnya sendiri.

c. Pemasaran yang terkoordinasi, yang bermakna dua hal:

- Berbagai fungsi pemasaran armada penjualan, periklanan, riset pemasaran dan lain-lain harus terkoordinasi.

- Pemasaran harus terkoordinasi secara baik dengan bagian – bagian lain perusahaan. Pemasaran akan berhasil bila seluruh karyawan menyadari bagaimana dampak terhadap kepuasan pelanggan.
- d. Kemampulabaan

Untuk perusahaan swasta tujuan utama adalah laba, bagi organisasi nirlaba atau organisasi masyarakat tujuannya adalah mempertahankan dan menarik cukup dana guna menyelenggarakan kegiatannya. Perusahaan menghasilkan uang dengan memuaskan kebutuhan pelanggan lebih baik daripada yang dapat dilakukan pesaing.³²

Konsep Pemasaran Syari'ah

Direktur Utama Bank Muamalat Indonesia Ahmad Riawan Amin mengatakan bahwa di bank yang dipimpinnya karyawan berkreasi berdasarkan prinsip-prinsip langit (*caelestial principal*). Karyawan tidak hanya dituntut menyelenggarakan prinsip pengelolaan usaha yang sehat yang dikenal dengan *Good corporate governance* melainkan juga melaksanakan *Good corporate governance* dengan transparansi dan akuntabilitas yang tinggi. Mereka bekerja tidak semesta karena alasan finansial, tetapi termotivasi pengabdian kepada Allah Swt, mempersembahkan bekerja

³² Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*,..., H. 15-18

secara militan untuk kepentingan perusahaan karena motivasi ke-Tuhan yang terdapat pada mereka.

Dalam spiritual marketing, pesaing bukanlah dianggap sebagai musuh, justru dalam marketing menjunjung tinggi nilai-nilai moral dan selalu memelihara hubungan baik dan kemitraan dengan pesaing. Pesaing dianggap sebagai mitra sejajar yang mampu memicu kreativitas dan inovasi perusahaan. Persaingan adalah hal yang baik karena akan turut membesarkan pasar. Karena itu, dalam spiritual marketing pesaing akan lebih ditempatkan sebagai mitra ketimbang sebagai musuh yang harus dihancurkan. Spiritual marketing bertujuan untuk mencapai sebuah solusi yang adil dan transparan bagi semua pihak yang terlibat. Spiritual marketing adalah puncak dari marketing itu sendiri, spiritual marketing merupakan jiwa dan bisnis.

وَلِكُلِّ وِجْهَةً هُوَ مُوَلِّيهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا

يَأْتِيَكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (Q.S Al-Baqarah: 148).³³

³³ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar pemasaran Bank Syari'ah*,.....H.20

C. Bauran Pemasaran Dan Promosi

1. Baruan pemasaran (Marketing Mix)

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan ahlinya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu yang lebih dikenal dengan *marketing mix* (bauran pemasaran).

Kotler (2000) memberikan definisi mengenai bauran pemasaran sebagai:

“ Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan –produk, price, promotions, place, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.”

Sehingga bauran pemasaran dapat diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dalam upaya mencapai tujuan pada pasar sasaran.

1) *Produk* (produk)

Keputusan tentang produk mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merk yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut (*brand*), fitur yang ditawarkan di dalam produk tersebut, service sesudah penjualan (*after sales service*). Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dari keinginan pasarnya yang didapat salah

satunya dengan riset pasar. Jika masalah ini telah diselesaikan, maka keputusan selanjutnya mengenai harga, distribusi, dan promosi dapat diambil.

Produk secara garis besar dapat dibagi menjadi produk barang dan produk jasa. Produk barang yaitu produk nyata seperti produk kendaraan bermotor, komputer, alat elektronik atau produk lainnya yang bersifat konkret merupakan contoh dari produk barang. Sementara produk jasa sifatnya abstrak namun manfaatnya mampu dirasakan. Ini hal penting dari pemasaran yaitu produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Contoh dari produk jasa antara lain pelayanan kesehatan, pangkas rambut, dan produk jasa lainnya. Produk yang ditawarkan perbankan adalah contoh dari produk jasa, sehingga pemasarannya yang digunakan pun adalah strategi pemasaran untuk produk jasa.

2) *Price* (harga)

Pada setiap produk suatu jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar. Kebijakan harga ini menyangkut *mark-up* (berapa tingkat presentase kenaikan harga atau tingkat keuntungan yang diinginkan), *mark-*

down (berapa tingkat presentase penurunan harga), potongan harga termasuk berbagai macam bentuk dan besaran presentassnya, *bundling* (penjualan produk secara paket- contohnya adalah penjualan handphone lengkap dengan handphone-nya), harga pada waktu tertentu (*inter-temporal pricing*), komisi yang diterima marketing, dan metode penerapan harga lainnya yang diinginkan oleh perusahaan terkait dengan kebijaksanaan strategi pemasaran.

3) *Promotions* (promosi)

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan, dan publisitas. Tujuan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Perusahaan harus mampu memutuskan kegiatan promosi apakah yang tepat bagi suatu produk yang dimiliki oleh perusahaan. Sebab setiap produk memiliki target pasar yang berbeda , sehingga pendekatan promosi yang harus dilakukan pun akan berbeda pula. Selain itu kegiatan

promosi harus disesuaikan dengan anggaran promosi yang dimiliki oleh perusahaan.

4) *Place* (tempat)

Yang perlu diperhatikan dari keputusan mengenai tempat yaitu:

- a. Sistem transportasi perusahaan.
- b. Sistem penyimpanan.
- c. Pemilihan saluran distribusi.

Bagi bank, pemilihan lokasi (tempat) sangat penting, dalam menentukan lokasi pembukaan kantor cabang atau kantor kas, mampu harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang dituju berikut yang sesuai dengan *core bussiness* dari perusahaan. Misalkan perbankan yang fokus pada korporat, maka harus membuka kantor perwakilannya pada lokasi-lokasi

34

2. Bauran Promosi (Promotion Mix)

Perusahaan harus mengalokasikan anggaran promosinya diantara lima alat promosi (promotion mix).

³⁴ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Perbankan Syariah*,
H.14-15

Marketing communication mix (bauran komunikasi pemasaran) *promotion tools* (alat-alat promosi), terdiri atas:

- a. *Adevertising* (periklanan), yaitu semua bentuk penyajian danpromosi non-persnal atas ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh bank sponsor tertentu.
- b. *Sales promotion* (promosipenjualan), yaitu berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa.
- c. *Public relation anda publicity* (hubungan masyarakat dan publisitas), yaitu berbagai program untuk mempromosikan atau melindungi citra bank atau masing-masing produknya.
- d. *Personal selling* (penjualan perorangan) adalah interaksi langsung antara salesman bank dan satu atau lebih calon pembeli guna melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan menerima pesan.
- e. *Direct marketing* (pemsaran langsung) adalah penggunaan surat, telepon, faksimili, e-mail, dan alat-alat penghubung non personal lainnya untuk berkomunikasi secara lagsung dengan atau mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan dan calon pelanggan.³⁵

³⁵ Herry Sutanto & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bnk Syariah*, Bandung : CV Pustaka Setia 2013, H.380

Sifat-sifat Promotion Tools (*Marketing Communicatin Mix*)

a. Sifat *Advertising*

1. Presentasi Umum, artinya Advertising yang bersifat umum tersebut memberikan semacam keabsahan pada produk dan menyarankan tawaran yang terstandarisasi.
2. Tersebar luas, artinya Advertising adalah media yang berdaya sebar luas yang memungkinkan penjual mengulang pesan berkali-kali. Advertising juga memungkinkan pembeli menerima dan membandingkan pesan dari berbagai pesaing.
3. Ekspresi yang lebih kuat, artinya periklanan memberikan peluang untuk mendramatisasi bank bank dan produknya melalui penggunaan cetakan , suara,dan warna yang penuh seni.
4. Tidak bersifat pribadi, artinya audiens sasaran tidak merasa wajib untuk memberikan perhatian dan menanggapi advertising. Iklan hanya mampu melakukan monolog, bukan dialog, dengan audiens.

b. Sifat Sales Promotion (promosi penjualan)

1. Komunikasi,artinya promosi penjualan menarik perhatian dan biasanya memberikan informasi yang dapat mengarahkan nasabah ke produk yang bersangkutan.

2. Insentif, artinya promosi penjualan menggabungkan jumlah kebebasan, dorongan, atau kontribusi yang memberi nilai bagi nasabah.
 3. Ajakan, artinya promosi penjualan merupakan ajakan untuk melakukan transaksi pembelian sekarang.
- c. Sifat Public relation and publicity
1. Kredibilitas yang tinggi, artinya cerita dan gambar mengenai beritanya lebih otentik dan dipercaya oleh pembaca dibandingkan dengan iklan.
 2. Kemampuan menangkap pembeli yang tidak dibidik sebelumnya, artinya humas dapat menjangkau banyak calon pembeli yang cenderung menghindari wiraniaga dan iklan.
 3. Dramatisasi, artinya humas memiliki kemampuan untuk mendramatisasi suatu bank atau produk.
- d. Sifat personal selling
1. Konfrontasi personal, artinya personalselling mencakup hubungan yang hidup, langsung dan interaktif antara dua orang atau lebih. Masing-masing pihak dapat mengobservasi reaksi dari pihak lain dengan lebih dekat.
 2. Mempererat, artinya personal selling memungkinkan timbulnya berbagai jenis hubungan, mulai hubungan penjualan sampai dengan hubungan persahabatan

3. Tanggapan, artinya personal selling membuat pembeli merasa berkewajiban untuk mendengarkan pembicaraan wiraniaga.
- e. Sifat direct Marketing
 1. Nonpublik, artinya melalui direct marketing, pesan ditujukan kepada orang tertentu.
 2. Disesuaikan, artinya melalui direct marketing, pesan dapat menarik orang yang dituju.
 3. Terbaru, artinya melalui direct marketing , pesan dapat disiapkan dengan sangat cepat.
 4. Interaktif, artinya pesan melalui direct marketing dapat diubah bergantung pada tanggapan orang tersebut.³⁶

D. Tantangan yang Dihadapi

Tantangan yang dihadapi dalam memasarkan dan mempromosikan produk simpel iB yaitu adanya program simpanan atau tabungan untuk sekolah-sekolah yang diadakan pemerintah kota kudas sendiri, sehingga BPRS Saka Dana Mulia mendapatkan tantangan untuk memasarkan dan mempromosikan produk Simpel iB tersebut.

Produk yang dianjurkan oleh pemerintah kota kudas sendiri bersifat wajib karena berhubungan dengan bantuan yang akan disalurkan untuk sekolah-sekolah tersebut sehingga sekolah-sekolah

³⁶ Herry sutanto & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*,....H.381-382

lebih memilih untuk ikut dalam produk simpanan yang dianjurkan oleh pemerintah kudas.

E. Pengertian Wadi'ah

1. Pengertian Akad Wadi'ah (penitipan)

Ada dua definisi wadi'ah yang dikemukakan oleh para ahli fikih.

- 1) ulama mazhab Hanafi mendefinisikan *wadi'ah* dengan , “ mengikutsertakan orang lain dalam memelihara harta, baik dengan ungkapan yang jelas, melalui tindakan, maupun melalui isyarat.
- 2) ulama mazhab Maliki, mazhab Syafi'i, dan mazhab Hambali, mendefinisikan *wadi'ah* dengan,” mewakili orang lain untuk memelihara harta tertentu dengan cara tertentu.”

Dari definisi-definisi yang dikemukakan oleh para ulama mazhab tersebut dapat disimpulkan bahwa Wadi'ah adalah suatu akad antara dua orang (pihak) dimana pihak pertama menyerahkan tugas dan wewenang untuk menjaga barang yang dimilikinya kepada pihak lain, tanpa imbalan. Barang yang diserahkan tersebut merupakan amanah yang harus dijaga dengan baik, meskipun tidak menerima imbalan.

Dalam bahasa indonesia *wadi'ah* berarti”titipan” (Ensiklopedi Hukum Islam, 1997 : 1899-1902). *Wadi'ah* adalah akad (aqad) atau kontrak antara dua pihak, yaitu antara pemilik barang dan kustodin dari barang tersebut.

Barang tersebut berupa apa saja yang berharga atau memiliki nilai.³⁷

Akad berpola titipan (*wadi'ah*) ada dua yaitu akad wadi'ah yad amanah dan akad wadia'ah yad dhamanah. Pada awalnya, Wadi'ah muncul dalam bentuk yad al-amanah 'tangan amanah', yang kemudian dalam perkembangannya memunculkan yad dhamanah 'tangan penanggung'. Akad Wadi'ah yad dhamanah ini akhirnya banyak dipergunakan dalam aplikasi perbankan syariah dalam produk-produk pendanaan termasuk juga pada BPRS Saka Dana Mulia Kudus.

a. Titipan wadi'ah yad amanah

Secara umum Wadi'ah adalah titipan murni dari pihak peniti (*muwaddi'*) yang mempunyai barang atau aset kepada pihak penyimpan (*mustawda'*) yang diberi amanah atau kepercayaan, baik individu maupun badan hukum, tempat barang yang akan dititipkan harus di jaga dari kerusakan, kerugian, keamanan, dan keutuhannya, dan dikembalikan kapan saja penyimpan menghendaki.

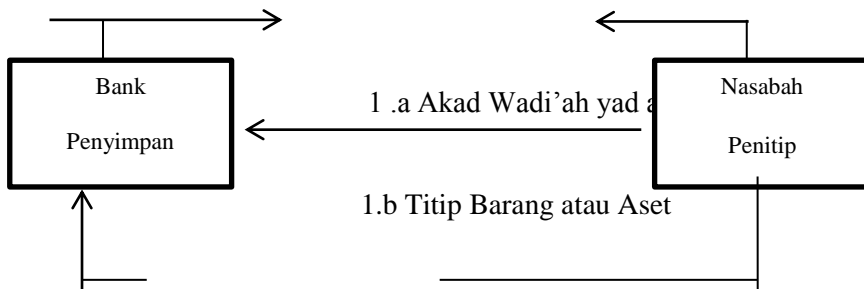
Barang atau aset yang dititipkan adalah sesuatu yang berharga yang dapat berupa uang, barang, dokumen, surat berharga, atau barang berharga lainnya.

³⁷ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah produk-produk dan aspek-aspek hukumnya*, Jakarta: Prenamedia grup, 2014. H. 351

Dalam konteks ini, pada dasarnya pihak penyimpan (*custodian*) sebagai penerima kepercayaan (*trustee*) adalah yad al-amanah ‘ tangan amanah ‘ yang berarti bahwa ia tidak diharuskan bertanggung jawab jika sewaktu dalam penitipan terjadi kehilangan atau kerusakan pada barang atau aset titipan, selama hal ini bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan dalam memelihara barang atau aset titipan. Biaya penitipan boleh dibebankan kepada pihak penitip sebagai kompensasi atas tanggung jawab pemeliharaan.

Dengan prinsip ini, pihak penyimpan tidak boleh menggunakan atau memanfaatkan barang atau aset yang dititipkan, melainkan hanya menjaganya. Selain itu, barang atau aset yang dititipkan tidak boleh dicampur adukan dengan barang atau aset lain, melainkan harus dipisahkan untuk masing-masing barang atau aset penitip. Karena menggunakan prinsip yad al-amanah, akad titipan seperti ini biasa disebut Wadi’ah Yad Amanah.

Gambar 1.1
Skema Wadi'ah Yad Amanah



2. Bayar Biaya penitipan

b. Titipan wadi'ah yad dhamanah

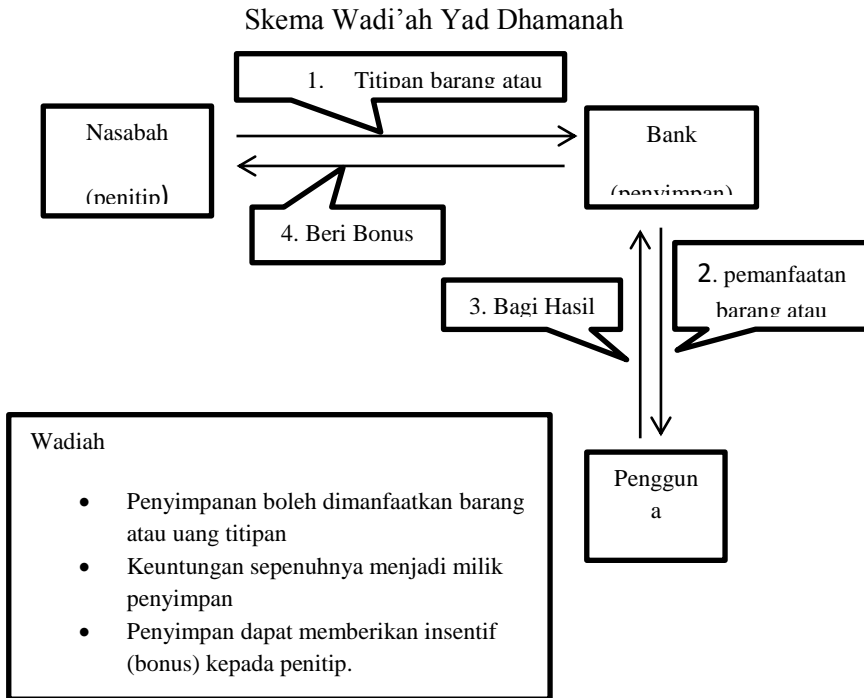
Dari prinsip yad al-amanah 'tangan amanah' kemudian berkembang prinsip yad dhamanah 'tangan penanggung' yang berarti bahwa pihak penyimpan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang atau aset titipan.

Hal ini berarti bahwa pihak penyimpan atau *custodian* adalah *trustee* yang sekaligus *guarantor* 'penjamin' keamanan barang atau aset yang dititipkan. Ini juga berarti bahwa pihak penyimpan telah mendapatkan izin dari pihak penitip untuk mempergunakan barang atau aset yang dititipkan tersebut untuk aktivitas perekonomian tertentu, dengan catatan bahwa pihak

penyimpan akan mengembalikan barang atau aset yang ditiptkan secara utuh pada saat penyimpanan menghendaki. Hal ini sesuai dengan anjuran dalam islam agar aset selalu diusahakan untuk tujuan produktif (tidak *idle* atau didiamkan saja).

Dengan prinsip ini, penyimpanan boleh mencampur aset penitip dengan aset penyimpanan atau aset penitip yang lain, dan kemudian digunakan untuk tujuan produktif mencari keuntungan. Pihak penyimpanan berhak atas keuntungan yang diperoleh dari pemanfaatan aset titipan dan bertanggung jawab penuh atas resiko kerugian yang mungkin timbul. Selain itu, penyimpan diperbolehkan juga, atas kehendak sendiri, memberikan bonus kepada pemilik aset tanpa akad perjanjian yang mengikat sebelumnya. Dengan menggunakan prinsip *ad-dhamanah*, akad titipan seperti biasa disebut dengan *Wadi'ah Yad Dhamanah*.

Gambar 1.2



F. Dasar Hukum Wadi'ah

1. Ayat tentang akad wadi'ah³⁸

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ

بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۚ إِنَّ

اللَّهُ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat. (Q.S An-Nisa' 58)

2. Hadist tentang wadi'ah

أَخْبَرَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْعَلَاءِ حَدَّثَنَا طَلْقُ بْنُ غَنَّامٍ عَنْ شَرِيكَ وَقَيْسٍ عَنْ أَبِي حَصِينٍ عَنْ أَبِي صَالِحٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ أَدِّ إِلَيَّ مَنْ انْتَمَكَ وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ

³⁸ Alqur'an surat An-Nisa ayat 58

Dari Abu Hurairah dari Nabi saw beliau bersabda: “Tunaikanlah amanah kepada orang yang mempercayaimu dan janganlah engkau mengkhianati orang yang telah mengkhianatimu (H.R. ad-Darimi nomor 2484).

3. Fatwa Dewan Syari’ah Nasional No. 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang TABUNGAN

Dewan syariah nasional-majelis ulama indonesia menimbang:

- a. Bahwa keperluan masyarakat dalam peningkatan kesejahteraan dan dalam penyimpanan kekayaan, pada masakini, memerlukan jasa perbankan, dan salah satu produk perbankan di bidang penghimpunan dana dari masyarakatadalah tabungan, yaitu simpanan dana yang penarikannya hanya dapat dilakukan manururt syarat-syarat tertentu yang telahdisepakati,etetapi tidak dapat di tarik dengan cek, bilyet giro, dan alat lainnya yang di persamakan dengan itu.
- b. Bahwa kegiatan tabungan tidak semuanya dapat dibenarkan oleh hukum Islam(Syari’ah).
- c. Bahwa oleh karena itu, DSN memandang perlu menetapkan fatwa tentang bentuk-bentuk mu’amalah syari’ah untuk dijadikan pedoman dalampelaksanaan tabungan pada bank syari’ah

Fiman Allah Q.S An-Nisa' ayat 29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ

إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ

إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.(Q.S An-Nisa' ayat 29).

Memutuskan

Menetapkan : FATWA TENTANG TABUNGAN

Pertama : tabungan ada dua jenis :

1. Tabungan yang tidak dibenarkan secara syaria'ah, yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga.
2. Tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadi'ah*.

Kedua : ketentuan Umum Tabungan berdasarkan *mudharabah*

1. Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai shahibul mal atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai mudharib atau pengelola dana.
2. Dalam kepastiannya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya mudharabah dengan pihak lain.
3. Modal usaha harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
4. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.
5. Bank sebagai mudharib menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
6. Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

Ketiga : ketentuan Umum Tabungan berdasarkan *Wadi'ah*

1. Bersifat simpanan
2. Simpanan bisa diambil kapan saja (*on call*) atau berdasarkan kesepakatan.
3. Tidak ada imbalan yang diisyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian ('*athaya*) yang bersifat sukarela dari pihak bank.³⁹

³⁹ Fatwa DSN-MUI No.02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan

G. Rukun dan Syarat akad Wadi'ah

Rukun dari akad wadi'ah yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa hal berikut:

- a. Pelaku akad, yaitu penitip (*mudi'atau muwaddi'*) dan penyimpan atau penerima titipan (*muda'atau mustawda'*).
- b. Objek akad, yaitu barang atau uang yang dititipkan, dan
- c. Shighah, yaitu Ijab dan Qabul.

Sementara itu, syarat wadi'ah yang harus dipenuhi adalah syarat bonus sebagai berikut:

- a. Bonus merupakan kebijakan (hak prerogatif) penyimpan ,dan
- b. Bonus tidak diisyaratkan sebelumnya dan jumlah yang diberikan, baik dalam prosentase maupun nominal (tidak ditetapkan dimuka).⁴⁰

H. Bonus wadi'ah

Atas kehendak bank syariah sendiri, tanpa ada persetujuan sebelumnya dengan pemilik uang, bank dapat memberikan semacam bonus kepada para nasabah wadi'ah. Bonus tersebut disebut pula dengan istilah '*athaya*', ata hibah, atau premium. Dalam hal ini, praktik wadi'ah di bank syariah sejalan dengan pendapat ulama mazhab Hanafi dan mazhab Maliki.⁴¹

⁴⁰ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*,..., H.44

⁴¹ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syaiah produk-produk dan aspek-aspek hukumnya*,..., H. 354

BAB III

GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Berdirinya BPRS Saka Dana Mulia Kudus

1. Sejarah Berdirinya

Keinginan untuk mendirikan lembaga keuangan syariah pada awalnya muncul atas pemikiran dari Bapak Ghufron dan Bapak Alfi Hidayat. Beliau berdua masih kerabat dari pendiri pesantren Salafiyah yang berlokasi di kajej kecamatan Margoyoso kabupaten pati. Dari pemikiran mereka berdua, untuk menambahkan pondasi lembaga keuangan kedepannya supaya kuat dan kokoh maka beliau merangkul ketua yayasan Salafiyah untuk bergabung menjadi salah satu pemegang saham. Keinginan tersebut pada akhirnya direspon oleh ketua yayasan Salafiyah yaitu Bapak KH. Ubaidillah Wahab, dan pada awal tahun 2009 dilakukan persiapan pengurusan ijin ke Bank Indonesia untuk pendirian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah oleh Bapak Alfi Hidayat. Pada permulaan pengajuan ijin prinsip ke Bank Indonesia modal disektor yang disepakati oleh para pemegang saham adalah sebesar Rp. 500 juta, tetapi karena dalam proses pengurusan ijin ada perubahan di peraturan Bank Indonesia dan untuk menyesuaikan peraturan yang berlaku dari Bank Indonesia dilakukan penyesuaian modal disetor yaitu dari awalnya Rp. 500 juta menjadi Rp. 1,25 Milyar dan terakhir adalah Rp. 2 Milyar. Pemberian nama BPRS sempat mengalami dua kali perubahan

yang pada akhirnya atas kesepakatan para pemegang saham namanya adalah PT. BPRS Saka Dana Mulia, dan maksud dari kata Saka adalah kepanjangan dari Salafiyah Kajen.

PT. BPRS Saka Dana Mulia diresmikan oleh Bank Indonesia pada tanggal 31 Januari 2013, dan mulia beroperasi pada tanggal 1 Februari 2013 dengan lokasi kantor di Jl. M. Sosrokartono Ruko Barongan No. 3 Kudus. Seiring dengan perkembangan PT. BPRS Saka Dana Mulia, dan dilihat kondisi kantor lama yang kurang representative maka pada tahun 2014 dilakukan perpindahan lokasi kantor ke Jl. Jendral Sudirman 857-858 Dersalam Kudus hingga sampai sekarang.

Payung hukum atas pendiri PT. BPRS Saka Dana Mulia adalah berdasarkan akta pendirian No. 10 Tanggal 04 Januari 2012. Untuk izin prinsip dari Bank Indonesia pada tanggal 27 Desember 2012 melalui keputusan Direktorat perbankan syariah Bank Indonesia Nomor 14/2762/DPbs dan izin usaha dari Gubernur Bank Indonesia pada tanggal 21 Desember 2012 melalui surat keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 14/91/KEP.GBI/DpG/2012.

Sesuai dengan UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, kegiatan yang menjadi aktivitas utama BPRS Saka Dana Mulia adalah : Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka dan tabungan, menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan prinsip syariah,

sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia dan menempatkan dana dalam bentuk tabungan pada bank lain.

2. Visi dan Misi

Visi :

Menjadi BPR Syariah yang sehat dan bermanfaat

Misi :

- Menjalankan operasi bank secara murni syariah
- Melayani masyarakat ekonomi mikro kecil secara optimal dengan mengedepankan pelayanan prima
- Merekrut dan membina pegawai yang handal dan berakhlakul karimah, meningkatkan performance, komitmen dan kompetensi
- Menjalankan SOP secara penuh dengan prinsip Good Corporate Governance
- Menjaga kinerja bank dengan tetap konsisten menjaga kehati-hatian
- Membangun kepercayaan masyarakat luas terhadap bank.⁴²

3. Kepengurusan

Struktur kepengurusan PT. BPRS Saka Dana Mulia terdiri dari:

NO	NAMA	JABATAN
1	H. GUFRON HALIM, S.E.,M.M	KETUA DPS
2	KH. ULIL ALBAB	ANGGOTA DPS
3	KH. UBAIDILLAH WAHAB,SH	KOMISARISUTAMA

⁴² Visi dan misi BPRS SDM

4	ALFI HIDAYAT,S.E,M.M	KOMISARIS
5	FARIF NURHARYANTO,S.P.	DIREKTUR UTAMA
6	MUKLIS ARIFIYANTO,A.Md	DIREKTUR

4. Strategi dan kebijakan manajemen

Pengembangan produk

PT. BPRS Saka Dana Mulia mempunyai produk sebagai berikut:

- Penghimpunan dana
 Penghimpunan dana adalah
 - Tabungan Masyarakat Syariah iB
 - Deposito Dana Mulia iB untuk jangka waktu 1, 3, 6 dan 12 bulan
 - Tabungan Pendidikan iB
 - Tabungan Tahapan Masyarakat (TTM iB)
 - Tabungan Umrah iB
 - Gabungan Simpel iB
- Penyaluran atau pembiayaan dana
 Pembiayaan adalah
 - Pembiayaan Mudharabah
 - Pembiayaan Musyarakah
 - Pembiayaan Multijasa
 - Gadai Emas

5. Pemberdayaan Sumber Dana Insani

1. Perekrutan karyawan

PT.BPRS Saka Dana Mulia telah merekrut 12 (dua belas) orang karyawan.

a. Peningkatan kualitas SDI

Untuk meningkatkan kualitas SDI, PT.BPRS Saka Dana Mulia selalu mengikut sertakan karyawan dalam pelatihan atau pendidikan (pembinaan intelektual). Pelatihan diselenggarakan oleh pihak-pihak yang berkompeten dibidangnya seperti Perbarindo, Bank Indonesia atau pelatihan-pelatihan lainnya.

No	Pelatihan	Tempat	Bulan
01	Diklat Sertifikasi Penyelenggaraan Direksi	Bogor	Mei 2013
02	Sosialisasi OJK	Semarang	September 2013
03	Smart Syariah Marketing	Semarang	Oktober 2013
04	Pelatihan Kompetisi SDI BPRS	Yogyakarta	Desember 2013
05	Sosialisasi APEX BPRS	Yogyakarta	Desember 2013
06	Seminar Ekonomi Syariah	Semarang	Desember 2013
07	Pelatihan Aplikasi SID	Jakarta	Febuari 2014
08	Pelatihan peraturan dan	Kudus	April 2014

	perlindungan konsumen oleh perbalindo		
09	Pelatihan Penajaman Analisis Pembiayaan	Semarang	Juni 2014
10	Pelatihan Service Excellent	Semarang	September 2014
11	Pelatihan Manajemen Pembiayaan	Purwokerto	Oktober 2014
12	Pelatihan Inspiring of Leadership	Yogyakarta	Desember 2014
13	Pelatihan Kesyariahan	Internal	Tiap Bulan

Pelatihan yang pernah diikuti selama tahun 2015, diantaranya :

No	Pelatihan	Tempat	Bulan
01	Pelatihan Teller	Semarang	Februari 2015
02	Pelatihan Sumber Daya Insani AO	Semarang	April 2015
03	Pelatihan Penghimpun Dana	Semarang	Mei 2016
04	Pelatihan Dasar Penaksir Emas	Bandung	Mei 2016
05	Pelatihan Restrukturisasi pembiayaan	Yogyakarta	Agustus 2015
06	Pelatihan Audit Internal	Bandung	November 2015
07	Pelatihan Implementasi PAPSI 2015	Solo	Desember 2015

08	Workshop Penyelesaian sengketa Melalui Pengadilan Agama	Purbalingga	Desember 2015
----	---	-------------	---------------

2. Managemen Operasional

Dalam menciptakan Good Corporate Governance, operasional kerja di PT.BPRS Saka Dana Mulia telah didukung dengan peranagkat-perangkat yang diperlukan diantaranya :

a. Struktur Organisasi

Pembagian tugas dan wewenang serta garis kebijakan yang jelas dan sesuai dengan fungsi masing-masing dan di dukung dengan kompetensi keahlian karyawan, memungkinkan PT.BPRS Saka Dana Mulia memperoleh hasil kerja yang efektif, efisien dan akuntabel.

b. Teknologi Informasi

Dalam operasionalnya PT.BPRS Saka Dana Mulia sudah menggunakan system komputerisasi dari IBA (Islamic Banking Application). Sistem ini memungkinkan pengerjaan administrasi secara online antar bagian, sehingga beban pekerjaan diharapkan selesai tepat waktu dari minim kesalahan.

c. Produk Yang Ditawarkan

Pada bidang penghimpunan dana, PT. BPRS Saka Dana Mulia menawarkan produk dengan akad syariah Wadiah yaitu Tabungan Tamasya (Tabungan Masyarakat Syariah), Tabungan Pendidikan dan Tabungan Umroh, serta akad syariah mudharabah yaitu Deposito dana muliadengan jangka waktu 1,3,6,12 bulan Tabungan Tahapan Masyarakat dengan jangka waktu 12 bulan.

Untuk lebih menarik minat nasabah penyimpanan dana, manajemen menempuh beberapa cara antara lain memberikan porsi bagi hasil yang lebih menarik sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak dan untuk tabungan Tamasya dan Tabungan Pendidikan tidak dikenai biaya administrasi.

Pada bidang penyaluran dana, PT.BPRS Saka Dana Mulis menawarkan pembiayaan Murabahah dan Musyarakah. Sebagian besar pembiayaan dimanfaatkan sebagai modal kerja yang merata diberbagai sektor ekonomi antara lain perdagangan, pertanian, industry pengolahan, jasa dan lain-lain.

a. Perkembangan dan target pasar

Dalam mengembangkan dan memperluas target pasar, PT.BPRS Saka Dana Mulia melakukan hal-hal berikut :

- Mengoptimalkan daerah kerja yang telah ada yang meliputi kecamatan kota, kecamatan jati, kecamatan Bae, kecamatan Kaliwungu dan kecamatan Unduaan.
- Memperluas wilayah kerja diluar kecamatan diatas,
- Melakuakn pengawasan dan pembinaan kepada nasabah secara efektif dan berkelanjutan dengan selalu bersilaturahmi kepada nasabah.
- Mengelola portofolio usaha melalui prosedur pembiayaan yang sehat dan selalu bersikap hati-hati dalam menyalurkan dana
- Menanamkan sikap Sumber Daya Insani yang amanah dan loyal.
- Melakukan sosialisasi ke usaha-usaha mikro dan home industry didaerah kudus yaitu home industry pembuatan tas di kecamatan jati, border konveksi di kecamtan Gebog pembuatan lencana di Desa Demaan, pembuatan anyaman bambu di Desa Jepang, pembuatan genteng di Ngembalrejo, pembuatan pisau di Hadipolo, pembuatan makanan kecil jenang di kaliputu serta setra lentong di jati dan soto kudus di kecamatan kota.

3. Sumber Daya Insani

Dalam merealisasikan rencana kerja, PT.BPRS Saka Dana Mulia dikelola oleh 2 (orang) orang Direksi dan 23 (dua puluh tiga) karyawan yang terbagi menjadi 6 (enam) orang bagian pemasaran, 10 (sepuluh) orang bagian administrasi, 1 (satu) orang driver, 2 (dua) orang bagian keamanan dan 2 (orang) bagian umum. Dari latar belakang pendidikannya dapat dikelompokkan menjadi S-1 = 14 orang, D3 = 2 orang, SMA= 5 orang dan SMP= 2 orang. Untuk meningkatkan kualitas SDI, diselenggarakan pelatihan sebagaimana telah disampaikan pada poin strategi dan manajemen diatas.

4. Karakteristik Kegiatan Usaha Dan Jasa Utama

Kegiatan usaha dan jasa utama PT.BPRS Saka Dana Mulia selalu mengacu pada UU No.21 tahun 2008 pasal 21 tentang Perbankan Syariah dengan karakteristik yang dimiliki antara lain :

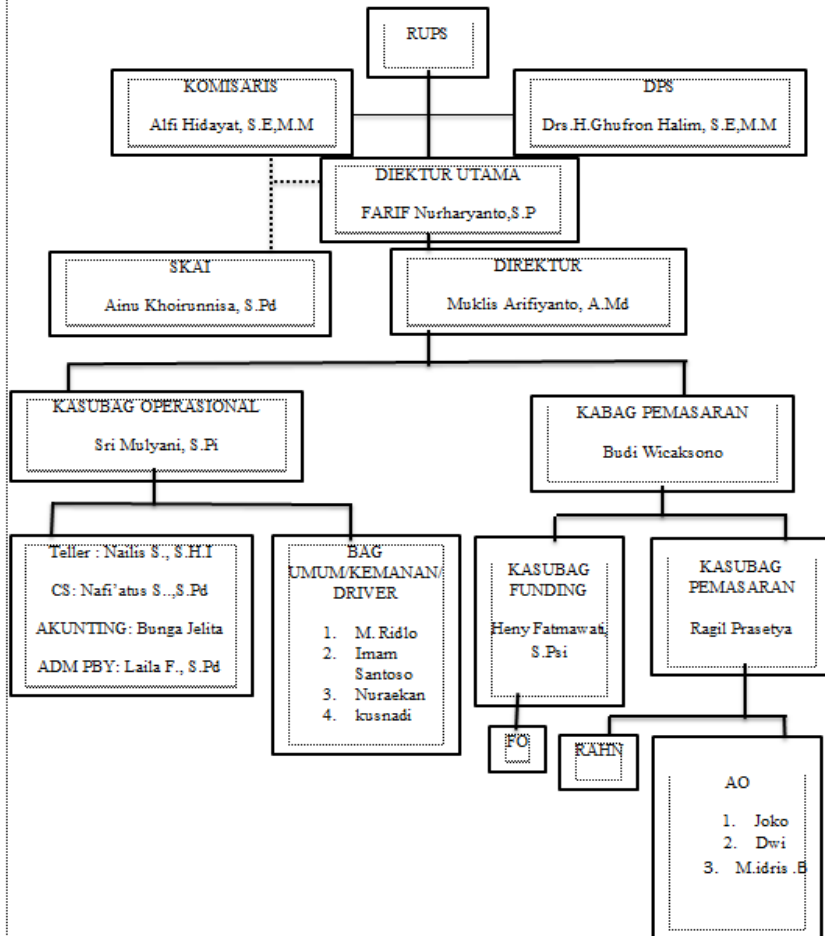
- Penghimpunan dana masyarakat menggunakan produk tabungan dan deposito dengan system mudharabah dimana penyimpanan dana berperan sebagai pemilik dana (shohibul maal) dan bank sebagai pengelola dana (mudharib). Nasabah akan memperoleh bagi hasil dari keuntungan bank atas penyaluran dana pada bulan tersebut. Besarnya bagi hasil masing-masing nisbah ditentukan oleh nisbah yang telah disepakati pada saat

akad pembukaan rekening dansaldo rata-rata harian simpanan.

- PT. BPRS Saka Dana Mulia menyediakan penyaluran dana berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.
- Penyaluran dana dilakukan dengan menggunakan dua sistem yaitu murabahah dan musyarakah. Pada sistem musyarakah, bank berperan sebagai shohibul maal dan nasabah sebagai mudharib, Nasabah akan mengembalikan pokok pinjaman yang diperoleh sesuai jangka yang telah disepakati dan memberi porsi bagi hasil kepada bank yang besarnya mengacu pada nisbah yang disepakati pada saat akad. Pada sistem murabahah (jual beli) bank berperan sebagai penjual dan nsabah sebagai pembeli. Nasabah akan mengembalikan pokok pinjaman sesuai dengan jangka waktu dan margin keuntungan bank yang telah disepakati.
- Untuk menjaga likuiditas, PT.BPRS Saka Dana Mulia menempatkan dananya dalam bentuk tabngan pada bank lain⁴³

⁴³ Company profil BPRS SDM terbaru

5. Struktur Organisasi PT. BPRS Saka Dana Mulia



6. Job Description PT. BPRS Saka Dana Mulia

a. Komisaris

Fungsi

Diangkat oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) melaksanakan fungsi pengawasan atas pengelolaan bank oleh Dewan Direksi dengan menggariskan kebijakan dan memberikan pertimbangan yang diperlukan dalam rangka mewujudkan bank yang *profitable* dan sehat.

Tugas-tugas

1. Menyempurnakan kebijaksanaan Rencana Kerja Anggaran Tahunan dan Keuangan BPRS.
2. Mengarahkan manajemen agar sesuai visi dan misi BPRS.
3. Melakukan pengawasan dan memberikan dan memberikan pengarahan kepada Direksi dalam menjalankan operasional BPRS.
4. Dalam hal seluruh Direksi sedang tidak berada di bank untuk sementara waktu, maka komisaris wajib mengurus BPRS.
5. Dalam hal hanya ada anggota komisaris, maka semua wewenang bagi Komisaris Utama ataupun para Komisaris juga berlaku baginya.

6. Menyetujui kebijaksanaan Rencana Kerja Anggaran Tahunan dan keuangan BPRS yang akan diajukan kepada Bank Indonesia.
7. Menilai dan meneliti laporan keuangan bank yang disampaikan oleh Direksi
8. Memberikan pertimbangan dan saran atau nasehat kepada Direksi dalam pengelolaan BPRS sesuai aspek *prudential banking*.
9. Mengetahui permohonan pembiayaan, yang plafonnya melebihi maksimum diputuskan oleh Direksi.

Wewenang

1. Melakukan pengawasan dan komit terhadap pengembangan operasional.
2. Meminta keterangan kepada Direksi mengenai hal-hal yang berhubungan dengan pengurusan dan pengelolaan BPRS.
3. Meminta atau menerima buku-buku dan surat-surat maupun dokumen-dokumen penting lainnya yang berhubungan dengan operasinalisasi BPRS.
4. Meminta Direksi menindak-lanjuti hasil temuan pemeriksaan oleh Dewan Pengawas Syariah maupun Satuan Pengawas Intern.

Tanggung jawab

1. Bertanggung jawab atas pengendalian umum BPRS secara keseluruhan.
2. Bertanggung jawab atas pengurusan operasional bank selama Direksi sedang tidak berada di bank.
3. Bertanggung jawab atas persetujuan Rencana Kerja Anggaran Tahunan dan Keuangan BPRS.
4. Bertanggung jawab dalam melaksanakan dan mematuhi semua peraturan perbankan serta ketentuan prosedur sesuai prinsip syariah.

b. DPS**Fungsi**

Dibawah supervisi Rapat umum pemegang saham (rups), dewan pengawas syariah (DPS) melakukan pengawasan terhadap prinsip syariah dalam kegiatan usaha BPRS dan menjalankan fungsinya bertindak secara independen.

Tugas-tugas

1. Menilai aspek syariah terhadap pedoman operasional, dan produk yang dikeluarkan BPRS.
2. Memberikan opini dari aspek syariah terhadap pelaksanaan operasional BPRS secara keseluruhan dalam laporan publikasi BPRS.
3. Melaporkan hasil pengawasan syariah beserta kertas kerja pengawasan disampaikan kepada Direksi,

Komisaris, DSN-MUI, dan Bank Indonesia sekurang-kurangnya setiap 6 (enam) bulan sekali sesuai pedoman Pengawasan Syariah dan Tata Cara Pelaporan Hasil pengawasan bagi Dewan Pengawas Syariah.

4. Memastikan dan mengawasi kesesuaian kegiatan operasional BPRS terhadap fatwa yang dikeluarkan oleh DSN.

Wewenang

1. Memastikan dan mengawasi kesesuaian kegiatan operasional BPRS terhadap fatwa yang dikeluarkan oleh DSN-MUI.
2. Mengakaji produk dan jasa baru sesuai syariah yang belum ada fatwanya untuk dimintakan fatwa kepada DSN-MUI.
3. Meminta dokumen dan penjelasan langsung dari satuan kerja BPRS serta ikut dalam pembahasan intern termasuk dalam pembahasan komite pembiayaan.
4. Mengusulkan dilakukanya pelatihan syariah dilingkungan internal maupun bagi pihak eksternal dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan sosialisasi prinsip syariah.

5. Memberi masukan dan meminta dewan direksi melakukan perbaikan bila terdapat ketidaksesuaian kegiatan operasional BPRS sesuai prinsip syariah.

Tanggung jawab

1. Bertanggung jawab atas kesesuaian kegiatan operasional PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus terhadap fatwa yang dikeluarkan oleh DSN-MUI.
2. Bertanggung jawab atas hasil laporan yang disampaikan kepada Direksi, Komisaris, DSN, dan Bank Indonesia.
3. Bertanggung jawab dalam melaksanakan dan mematuhi semua peraturan perbankan serta ketentuan prosedur sesuai prinsip syariah.

c. Direktur Utama

Fungsi

Dibawah supervisi Dewan Komisaris dan diangkat oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) menyelenggarakan operasionalisasi BPRS yang profitable dan sehat dengan mengutamakan pemenuhan aspek *prudential banking* serta bertanggung jawab penuh atas pengurusan kepentingan maupun tujuan bank sesuai ketentuan di dalam Anggaran Dasar.

Tugas-tugas

1. Mengelola BPRS dengan menerapkan prinsip-prinsip keterbukaan atau transparan, akuntabilitas, dapat dipertanggung jawabkan, independen, dan memenuhi kewajiban.
2. Menyusun dan mengimplementasikan Rencana Kerja Anggaran Tahunan (RAT) dengan melakukan pengelolaan strategis sebagai pedoman operasional BPRS yang sehat dan memenuhi prinsip kehati-hatian.
3. Memperhitungkan kebutuhan modal minimum berdasarkan ATMR dengan memperhitungkan risiko pembiayaan (*credit risk*) dan melaporkan KPMM selambat-lambatnya tanggal 21 bulan berikutnya dalam bentuk disket dan hasil olahan komputer kepada kantor Bank Indonesia.
4. Memantau dan menyesuaikan rencana ekspansi dalam batas-batas yang dapat ditampung dengan permodalan BPRS secara sehat.
5. Meningkatkan dan menjamin kemampuan serta efektivitas BPRS dalam mengelola dana masyarakat yang disimpan melalui lembaga penjamin simpanan dan risiko pembiayaan (*credit risk*) dengan meminimalkan potensi kerugian atas penyaluran dana

sehingga dapat mendukung kemampuan likuiditas BPRS secara komprehensif.

6. Melakukan pengawasan pelaksanaan sistem, prosedur dan kebijakan tertulis yang konsisten dan sangat efektif dalam rangka penerapan prinsip pengenalan nasabah (KYC) dengan memperhatikan penerimaan nasabah, pengkinian data nasabah, monitoring dan pelaporan STR maupun penanganan *high risk customer, high risk business, high risk product / services*.
7. Melakukan evaluasi dan memberikan persetujuan atas usulan pejabat eksekutif dalam bidang operasional, pemasaran, personalia dan umum.
8. Menjamin kepatuhan dalam melaksanakan sistem, prosedur dan kebijakan yang ditetapkan BPRS secara tertulis dan sangat memadai terutama peraturan Bank Indonesia.
9. Meningkatkan dan mengembangkan kemampuan profesionalisme pegawai untuk mendukung terciptanya kondisinya kondisi industri BPRS yang sehat, kuat dan efisien.
10. Memelihara kesehatan bank dengan memperhatikan aspek permodalan, kualitas aset manajemen, rentabilitas, likuiditas, solvabilitas, dan aspek lain yang berhubungan dengan usaha BPRS.

11. Menyampaikan kepada Bank Indonesia, segala keterangan, dan penjelasan mengenai usaha BPRS menurut tata cara yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.
12. Menyampaikan laporan keuangan BPRS kepada Bank Indonesia secara bulanan, semesteran dan atau tahunan serta penjelasannya, maupun laporan berkala lainnya termasuk laporan publikasi pada waktu dan dalam bentuk yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.
13. Melaksanakan pengendalian intern secara sangat efektif dengan menindak-lanjuti temuan ataupun masukan Satuan Pengawas Intern dan Dewan Pengawas Syariah.
14. Memberikan kesempatan bagi pemeriksaan buku-buku dan berkas-berkas yang ada, serta bantuan yang diperlukan dalam rangka memperoleh kebenaran dari segala keterangan dokumen dan penjelasan yang dilaporkan.
15. Menjalin mitra bisnis dan relasi dengan BPRS.

Wewenang

1. Memutuskan atau mengabulkan, mengabulkan dengan syarat, atau menolak dengan permohonan

pembiayaan yang diajukan oleh calon debitur melalui pejabat bank sesuai dengan kewenangannya.

2. Menemukan dan menyelesaikan setiap permasalahan operasional BPRS secara efektif, transparan dan dapat dipertanggung-jawabkan.
3. Merencanakan dan memutuskan penerapan sistem informasi manajemen yang dapat diandalkan atau sangat efektif untuk mengidentifikasi terjadinya transaksi keuangan mencurigakan agar digunakan BPRS dengan meminta saran atau masukan Dewan Komisaris, Dewan Pengawas Syariah dan Satuan Pengawas Intern.
4. Memuaskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi strategi operasional BPRS yang akan dan atau telah dilakukan sesuai prinsip kehati-hatian.
5. Meningkatkan kinerja manajemen bank dan melaporkan kepada Dewan Komisaris maupun pemegang saham tentang perkembangan dan rencana peningkatan kinerja ke depan.

Tanggung jawab

1. Bertanggung jawab atas kinerja BPRS secara keseluruhan untuk menjadi bank yang sehat dengan menerapkan sistem manajemen umum dan manajemen risiko.

2. Bertanggung jawab atas laporan keuangan BPRS Bank Indonesia secara bulanan, semesteran dan atau tahunan maupun pihak eksternal yang terkait.
3. Bertanggung jawab atas penerapan Sistem Informasi Manajemen yang komprehensif dan dapat diandalkan.
4. Bertanggung jawab dalam melaksanakan dan mematuhi semua peraturan perbankan ketentuan prosedur sesuai prinsip syariah.

d. Direktur Operasional

Fungsi

Dibawah supervisi Dewan Komisaris dan diangkat oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) menyelenggarakan operasionalisasi BPRS yang profitable dan sehat dengan mengutamakan pemenuhan aspek *prudential banking* serta bertanggung jawab penuh atas pengurusan kepentingan maupun tujuan bank sesuai ketentuan didalam Anggaran Dasar.

Tugas-tugas

1. Mengelola BPRS dengan menerapkan prinsip-prinsip keterbukaan atau transparansi, akuntabilitas dapat dipertanggung-jawbkan, independen, dan memenuhi kewajaran

2. Menyusun dan mengimplementasikan Rencana Kerja Anggaran Tahunan (RKAT) dengan melakukan pengelolaan strategis sebagai pedoman operasional BPRS yang sehat dan memenuhi prinsip kehati-hatian.
3. Memperhitungkan kebutuhan modal minimum berdasarkan ATMR dengan memperhitungkan risiko pembiayaan (*credit risk*) dan melaporkan KPMM selambat-lambatnya tanggal 21 pada bulan berikutnya dalam bentuk disket dan hasil olahan komputer kepada kantor Bank Indonesia.
4. Memantau dan menyesuaikan rencana ekspansi dalam batas-batas yang dapat ditampung dengan permodalan BPRS secara sehat.
5. Meningkatkan dan menjamin kemampuan serta efektivitas BPRS dalam mengelola dana masyarakat yang disimpan melalui Lembaga Penjamin Simpanan dan risiko pembiayaan (*credit risk*) dengan meminimalkan potensi kerugian atas penyaluran dana sehingga dapat mendukung kemampuan likuiditas BPRS secara komprehensif.
6. Melakukan pengawasan pelaksanaan sistem, prosedur dan kebijakan tertulis yang konsisten dan sangat efektif dalam rangka penerapan prinsip pengenalan nasabah (KYC) dengan memperhatikan

penerimaan nasabah, pengkinian data nasabah, monitring dan pelaporan STR maupun penanganan *high risk customer, high risk business, high risk product/ service*. Operasional, pemasaran, personalia dan umum.

7. Melakukan evaluasi dan memberikan persetujuan atas usulan pejabat eksekutif dalam bidang operasional, pemasaran, personalia dan umum.
8. Menjamin kepatuhan dalam melaksanakan sistem, prosedur dan kebijakan yang ditetapkan BPRS secara tertulis dan sangat memadai terutama peraturan Bank Indonesia.
9. Meningkatkan dan mengembangkan kemampuan profesionalisme pegawai untuk mendukung terciptanya kondisi industri BPRS yang sehat, kuat dan efisien.
10. Memelihara kesehatan bank dengan memperhatikan aspek permodalan, kualitas aset, manajemen, rentabilitas, likuiditas, solvabilitas, dan aspek lain yang berhubungan dengan usaha BPRS.
11. Menyampaikan kepada Bank Indonesia, segala keterangan, dan penjelasan mengenai usaha BPRS menurut tata cara yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.

12. Menyampaikan laporan keuangan BPRS kepada Bank Indonesia secara bulanan, semesteran dan atau tahunan serta penjelasannya, maupun laporan berkala lainnya termasuk laporan publikasi pada waktu dan dalam bentuk yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.
13. Melaksanakan pengendalian intern secara sangat efektif dengan menindak-lanjutkan temuan ataupun masukan Satuan Pengawas Intern dan dewan Pengawas Syariah.
14. Melakukan pemeriksaan buku-buku dan berkas-berkas yang ada, serta bantuan yang diperlukan dalam rangka memperoleh kebenaran dari segala keterangan, dokumen dan penjelasan yang dilaporkan.
15. Membantu Direktur Utama merumuskan kebijakan bidang pembiayaan, melaksanakan kebijakan dan memantau perkembangan portofolio pembiayaan sesuai prinsip kehati-hatian.
16. Memberi saran saran atau masukan kepada Direktur Utama dalam penyusunan kebijakan pembiayaan terutama dalam penanganan aktiva produktif bermasalah.
17. Mengarahkan serta membina bawahan dalam mendukung kelancaran kerja dan memprioritaskan pelayanan memuaskan kepada calon debitur.

18. Memantau kelancaran proses realisasi pembiayaan dibagian operasional.
19. Membuat laporan realisasi dan pembatalan atau penolakan pembiayaan serta perkembangan kolektifitas secara rutin.
20. Melakukan pembinaan atas pembiayaan yang diberikan dalam rangka monitoring perkembangan kemampuan membayar debitur.

Wewenang

1. Memutuskan atau mengabulkann, mengabulkan dengan syarat, atau menolak dengan permohonan pembiayaan yang diajukan oleh calon debitur melalui pejabat bank sesuai dengan kewenangan.
2. Menandatangani semua transaksi simpanan dan operaional lainnya dengan mendebet atau mengkredit sesuai kewenangan yang ditetapkan BPRS.
3. Menemukan dan menyelesaikan setiap permasalahan operasional BPRS secara efektif, transparan dan dapat dipertanggung-jawabkan.
4. Merencanakan dan memutuskan penerapan Sistem Infomasi Manajemen yang dapat diandalkan atau sangat efektif untuk mengidentifikasi terjadinya transaksi keuangan mencurigakan agar digunakan

BPRS dengan meminta saran atau masukan Dewan Komisaris, Dewan Pengawas Syariah dan Satuan Pengawas Intern.

5. Mengimplementasikan dan mengevaluasi strategi operasional BPRS yang akan dan atau telah diartkan sesuai prinsip kehati-hatian.

Tanggung jawab

1. Bertanggung jawab atas kinerja BPRS secara keseluruhan untuk menjadi bank yang sehat dengan menerapkan sistem manajemen umum dan manajemen risiko.
2. Bertanggung jawab atas laporan keuangan BPRS kepada Bank Indonesia secara bulanan, semesteran dan atau tahunan maupun pihak eksternal yang terkait.
3. Bertanggung jawab atas penerapan Sistem Informasi Manajemen yang komprehensif dan dapat diandalkan.
4. Bertanggung jawab dalam melaksanakan dan mematuhi semua peraturan perbankan serta ketentuan prosedur sesuai prinsip syariah.
5. Bertanggung jawab kondisi BPRS seuai dengan rencana kerja (RAK)

6. Bertanggung jawab atas kinerja pengembalian pembiayaan yang diberikan berikut bagi hasil atau margin yang bisa diterima BPRS.
7. Bertanggung jawab atas segala laporan berkaitan dengan pembiayaan yang diberikan.
8. Bertanggung jawab dalam melaksanakan dan mematuhi semua peraturan perbankan serta ketentuan prosedur sesuai prinsip syariah.

e. Kabag. Operasional

Fungsi

Dibawah supervisi Direktur mengkoordinir dan mengawasi pencatatan setiap transaksi dan pelaporannya sedemikian rupa sehingga dapat membantu dalam penyediaan informasi keuangan yang dibutuhkan manajemen dan pihak eksternal sehingga memudahkan pengelolaan bagi BPRS. Melakukan kegiatan penggajian dan pengupahan, serta kegiatan personalia sesuai ketentuan manajemen BPRS.

Tugas-tugas

1. Memberi masukan kepada Dieksi berkaitan peraturan perusahaan yang memuat tata tertib pegawai dalam melaksanakan pekerjaan dan merencanakan proses.

2. Menyusun mengarsip surat keputusan direksi tentang penerimaan dan pengangkatan pegawai baru maupun pegawai yang sudah ada, termasuk menyusun surat peringatan maupun surat untuk tugas-tugas khusus.
3. Merekap waktu hadir atau absensi bagi semua pegawai berdasarkan kartu jam hadir manual atau otomatis untuk penentuan upah atau gaji.
4. Membuat dan merekap daftar gaji atau upah sesuai administrasi perhitungan serta pembayaran hak karyawan, meliputi : upah atau gaji atau honor, tunjangan-tunjangan, penghargaan maupun kompensasi pelengkaplainnya sesuai peraturan pemerintah.
5. Merencanakan program pelatihan dan pengembangan pegawai dengan memberikan kesempatan yang sama untuk mengikuti pelatihan sesuai bidang tugasnya serta melakukan pembinaan pegawai ke arah peningkatan kualitas, efisiensi kerja dan produktivitas.
6. Merencanakan dan melaporkan hasil penilaian kinerja seluruh pegawai pada pimpinan untuk penentuan tingkat kompensasi maupun pengembangan karir secara berkala.

7. Melakukan pengadaan, pemeliharaan dan perbaikan aktiva tetap dan inventaris secara transparan sesuai harga perolehan serta menghitung penyusutan atau amortisasi dengan teliti untuk dicek silang (*crosscek*) dengan program IT.
8. Melakukan pemesanan dan atau pembelian alat tulis kantor maupun keperluan rumah tangga kantor lainnya setelah mendapat persetujuan Direksi.
9. Memeberi masukan dewan direksi dalam penyusunan dan pelaksanaan Rencana Kerja Anggaran Tahunan (RKAT) sebagai pedoman BPRS.
10. Merealisasikan pelaksanaan peraturan atau ketentuan semua urusan sesuai sisdur yang digariskan perusahaan dan Bank Indonesia.

Wewenang

1. Memberi masukan kepada pimpinan untuk memberhentikan calon atau pegawai bila tidak memenuhi syarat integritas dan kompetensi.
2. Mengadakan penawaran pembelian aktiva tetap dan inventaris untuk keperluan kantor kepada dealer atau supplier.

3. Mengadakan penawaran pembelian barang untuk keperluan pembiayaan *mudharabah*, *murabahah*, *salam*, *isthisna* kepada dealer atau supplier.
4. Mengkoordinir pegawai bagian operasional untuk membantu pekerjaan pegawai lain yang tidak masuk kerja, mengikuti pelatihan, atau mendapat tugas lin dari atasan atau pimpinan.
5. Mendebet transaksi pengeluaran kas dan atau membuka *password* program aplikasi perbankan sesuai kewenangan yang ditetapkan.
6. Membina hubungan baik dengan nasabah penabung dan deposan dalam rangka pengumpulan dana pihak ketiga.

Tanggung jawab

1. Bertanggung jawab atas kinerja semua bawahannya sesuai peraturan perusahaan dan peraturan ketenagakerjaan.
2. Bertanggung jawab dalam pengangkatan, penetapan jabatan, perhitungan tarif gaji atau upah dan pembayarannya, penetapan kesejahteraan pegawai.
3. Bertanggung jawab atas pembayaran pajak penghasilan seluruh pengurus maupun pegawai.

4. Bertanggung jawab atas kegiatan pemesanan, penerimaan dan pencatatan pembelian aktiva tetap dan inventaris maupun barang untuk keperluan pembiayaan *mudharabah, muabahah, salam, atau istisnha*.

f. Akuntansi

Fungsi

Dibawah supervisi kepala bagian operasional menyediakan informasi keuangan BPRS yang akan dipergunakan oleh pihak-pihak berkepentingan dalam proses pengambilan keputusan sesuai pernyataan Standar Akuntansi Keuangan dan Pedoman Akuntansi Perbankan Syariah Indonesia. Proses pencatatan pembukaan keuangan BPRS difokuskan pada pengelompokan account, pembuatan kelas account, mendaftarkan nomor dan kelas account, serta pembuatan laporan-laporannya.

Tugas-tugas

1. Menyusun sistem rekening atau nomor perkiraan yang akan digunakan dalam transaksi, khususnya pada laporan keuangan neraca dan rugi laba meliputi : nama cabang, kode perkiraan, sub kode perkiraan, dan nama perkiraan.

2. Melakukan pencatatan kode transaksi dengan membuat kode perkiraan transaksi, meliputi: kode jurnal transaksi dan deskripsi atau nama jurnal.
3. Mencatat transaksi overbooking atau pemindah bukuan anatar aplikasi yang tersedia dengan menginput nomor transaksi, tanggal pencatatan jurnal, nomor referensi atau dokumen, uraian dari transaksi yang dicatat, keterangan dari transaksi, nomor rekening yang tersedia, jenis transaksi yang dicatat, nilai nominal untuk transaksi debit, nilai nominal untuk transaksi pembiayaan.
4. Melakukan pengecekan transaksi yang dilakukan oleh Teller setiap hari sebelum closing dijalankan.
5. Melakukan pencetakan laporan keuangan Bank Indonesia, meliputi: neraca bulanan aktiva atau pasiva, rekening-rekening administratif, daftar rincian antar bank aktiva, daftar rincian pembiayaan yang diberikan, daftar rincian rupa-rupa aktiva, daftar rincian tabungan, daftar rincian deposito berjangka. Daftar rincian anatar bank pasiva, daftar rincian rupa-rupa pasiva, daftar rincian laba rugi, utility laporan BI, dana pihak-3 bulanan, dan kolektibilitas.
6. Melakukan pencetakan keuangan untuk internal BPRS, meliputi: daftar perkiraan, jurnal transaksi,

buku besar, neraxa, laba rugi, rekap margin atau bagi hasil pencetakan sub buku besar, sumber dana dan penggunaan, rekapitulasi jurnal harian, dan pembuatan laporan Tingkat Kesehatan (TKS).

7. Melakukan tugas rekonsiliasi Antar Bank Aktiva dan Antar Bank Pasiva secara rutin dilengkapi dengan laporan secara akurat.
8. Tidak melakukan pencatatan atau pembukuan manipulatif (window dressing) baik atas kemauan sendiri atau atas perintah atasan atau pimpinan atau pengurus BPRS.
9. Membantu pihak-pihak yang berkepentingan untuk menilai dan menginterpretasikan kondisi BPRS, khususnya Akuntan Publik, Kantor Pelayanan Pajak dan Pemeriksa dari Bank Indonesia.

Wewenang

1. Menambah atau mengurangi nomor perkiraan yang akan digunakan dalam transaksi dengan sepengetahuan atasan atau pimpinan, mencakup : nama cabang, kode perkiraan, sub kode perkiraan, dan nama perkiraan.

2. Meminta kelengkapan slip atau bukti kasdan otorisasinya sesuai kewenangan yang telah ditetapkan.
3. Melakukan koreksi jurnal bila terjadi kesalahan pencatatan dengan sepengetahuan atasan atau pimpinan.
4. Menghubungi bank syariah lain dalam rangka mendapatkan informasi saldo simpanan margin atau bagi hasil yang akan diterima.

Tanggung jawab

1. Bertanggung jawab atas kecocokan saldo Antar Bank Aktiva dan Antar Bank Pasiva maupun rekening administratif.
2. Bertanggung jawab atas kewajaran penyajian laporan keuangan yang dapat dipercaya sesuai pedoman dalam pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Khususnya PSAK No : 101 tentang Penyajian laporan Keuangan Syariah, dan Pedoman Akuntansi Perbankan Syariah Indonesia (PAPSI) yang berlaku.
3. Bertanggung jawab dalam melaksanakan dan mematuhi semua peraturan perbankan serta ketentuan prosedur sesuai prinsip syariah.

g. Adm.Pembiayaan

Fungsi

Dibawah supervisi KepalaBagian Operasional menjamin kelancaran penyetoran atau penarikan produk tabungan *wadi'ah* dan atau deposito *mudharabah* maupun pencairan atau penerimaan angsuran pembiaaan *murbahah* atau *musyarakah*.

Tugas-tugas

1. Melakukan pencatatan data nasabah atau debitur meliputi: Registrasi nsabah untuk mencatat data nasabah baru (jenis pembiayaan, no.rekening nasabah ID, nama, tanggal pengajuan, jumlah pembiayaan, margin, nisbah, angsuran pokok, angsuran bagi hasil, jumlah angsuran, satuan waktu,tanggal realisasi, jatuh tempo,ganti tugi atau ta'widh, biaya administrasi, materai, dan notaris).

Penginputan informasi penjamin darinasabah pembiayaan (nama penjamin, jenis pekerjaan penjamin, alamat rumah penjamin, kode dari pihak penjamin yang sudah tersimpan dalam database.

Informasi gunan yang disampaikan debitur (nama dari jenis agunan, nilai nominal dariagunan, ikatan hukumagunan, presentase barang barang agunan yang dijadikan jaminan, keterangan agunan, keterangan rinci barang agunan).

Mencetak kartu dan atau slip atau bukti kas pencairan atau realisasi, angsuran dan atau pelunasan pembiayaan.

2. Mencetak Akad Pembiayaan (SPK), Surat Perjanjian Penyerahan Jaminan, Surat Pengakuan Hutang, Surat Pernyataan Fidusia dan lain sebagainya berkaitan dengan pembiayaan yang diberikan.
3. Membuat nominatif yang berkaitan dengan pembiayaan.
4. Mengajukan berkas-berkas pembiayaan ke Kabag Operasional yang kemudian dilanjutkan ke Direksi Operasional.
5. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan atasan atau pimpinan terkait pelayanan nasabah maupun kepentingan profesionalisme kerja.

Wewenang

1. Membeli materai untuk keperluan administrasi pembiayaan.
2. Meneliti dan meminta kelengkapan persyaratan pembiayaan yang belum ada kepada debitur atas petugas Account Officer.

3. Menghubungi dan atau mendatangi notaris untuk mengurus agunan yang diikat secara notaris.

Tanggung jawab

1. Bertanggung jawab atas ketersediaan atau kelengkapan dikahsanah utama.
2. Bertanggung jawab atas ketersediaan atau kelengkapan berkas pembiayaan di tempat penyimpanan berkas.
3. Bertanggung jawab atas penyelesaian semua pekerjaan yang ditugaskan.
4. Bertanggung jawab dalam melaksanakan dan mematuhi semua peraturan perbankan serta ketentuan prosedur sesuai prinsip syariah.

h. Customer Service

Fungsi

Dibawah supervisi Kepala Bagian Operasional melayani nasabah dengan memberi informasi dan mengurus administrasi berkaitan pembukaan atau penutupan maupun permohonan serta layanan informasi saldo rekening produk tabungan *wadi'ah* deposito *mudharabah* dan atau pembiayaan *murabahah*, *musyarakah*.

Tugas-tugas

1. Memberikan informasi lengkap secara langsung, tertulis maupun via telepon mengenai persyaratan pembukaan atau penutupan produk tabungan wadi'ah dan deposito mudharabah maupun permohonan pembiayaan *murabahah dan musyarakah*.
2. Mengurus administrasi pembukaan atau penutupan produk tabungan mudharabah dan deposito mudharabah maupun permohonan pembiayaan murabahah atau musyarakah, meliputi:
Mendaftar atau mencatat identitas nasabah dan mengelolanya untuk kepentingan manajemen. Sehingga dapat diketahui dengan pasti jumlah dan detail karakteristik nasabah (nama, jenis nasabah, tempat atau tanggal, jenis kelamin, status atau gelar, ket.gelar, jenis identitas, no identitas, no telepon, NPWP, ibu kandung, alamat, kelurahan, kecamatan, kota, kode pos, domisili negara, pekerjaan, nama pekerjaan, nama perusahaan, bidang usaha dan lain sebagainya yang relevan).
3. Menjamin akurasi dan otorisasi administrasi simpanan maupun pembiayaan sesuai prosedur .

4. Mengarsip specimen nasabah, kartu angsuran, kartu tabungan dan merekap bilyet deposito atau warkat-warkat lainnya.
5. Menyampaikan informasi saldoproduk tabungan *wadi'ah* atau deposito *mudharabah* maupun angsuran pembiayaan *murabahah* atau *musyarakah* bila diminta oleh nasabah sendiri atau yang bersangkutan.
6. Dalam hal BPRS mengeluarkan produk tabungan *wadi'ah*, Customer Service tidak boleh menjanjikan imbalan, bonus, hadiah, atau sejenisnya kecuali dalam bentuk pemberian (*a'thaya*) yang bersifat sukarela dari pihak BPRS dan juga tidak diperjanjikan sebelumnya.
7. Mengurus permohonan penutupan rekening tabungan dengan mengisi formulir yang diperlukan serta membuat laporannya.
8. Mencetak slip atau bukti pembayaran angsuran pembiayaan.
9. Memberikan laporan-laporan kepada atasan secara rutin atau berkala sesuai tugas yang terkait.
10. Memberikan solusi penyelesaian terbaik pada nasabah secara memuaskan dengan tetap bersikap ramah bila menerima keluhan.

11. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan atasan atau pimpinan terkait pelaksanaan fungsi dan peran humas khususnya dalam pembinaan hubungan baik dengan nasabah.
12. Membuat nominatif tabungan dan deposito.
13. Mengisi kartu kontrol tabungan nasabah.

Wewenang

1. Menghubungi nasabah untuk melengkapi persyaratan administrasi produk tabungan *wadi'ah* dan deposito *mudharabah* maupun permohonan pembiayaan *murabahah* atau *musyarakah*.
2. Mengusulkan kondisi kerja sesuai *service excellent* melalui perbaikan prosedur layanan yang mampu menghemat waktu dan tidak menimbulkan sikap frustrasi bagi nasabah.

Tanggung jawab

1. Bertanggung jawab atas penyimpanan sepcimen nsabah, kartu angsuran, kartu tabungan dan rekapitulasi bilyet deposito atau warkat-warkat lainnya.
2. Bertanggung jawab dalam melaksanakan dan mematuhi semua peraturan

perbankan serta ketentuan prosedur sesuai prinsip syariah.

i. **Teller**

Fungsi

Dibawah supervisi Kepala Bagian Operasional melayani penyetoran atau penarikan produk tabungan *wadi'ah* dan deposito *mudharabah* maupun pencairan atau penerimaan angsuran pembiayaan *muabahah atau musyarakah*.

Tugas-tugas

1. Menrima dan melakukan verifikasi warkat, slip, bukti kas setoran nasabah produk tabungan *wadi'ah* atau deposito *mudharabah* maupun angsuran atau pencairan pembiayaan *murabahah atau musyarakah* atau pemindahbukuan secara teliti.

2. Untuk produk tabungan *wadi'ah* :

Melakukan transaksi tabungan *wadi'ah* secara tunai pada data rekening nasabah tabungan *wadi'ah*. Adapun nasabah yang sudah tercatat di Customer Service selanjutnya di masukkan ke data rekening tabungan supaya mempunyai rekening tabungan:

Melakukan transaksi tabungan *wadi'a* yang bukan berupa uang tunai atau fisik atau cash melainkan berupa transaksi pemindahbukuan atau overbooking dengan menginput tanggal transaksi,

nomor rekening tabungan, nomor kwitansi dari transaksi, kode transaksi yang akan dilakukan, nilai nominal transaksi yang dilakukan, dan keterangan tambahan yang diberikan.

Melakukan percetakan laporan nominatif tabungan (saldo akhir) dalam kartu atau buku tabungan sesuai nomor rekening tabungan dan tanggal laporan dicetak, bagi hasil yang diterima, pajak dan administrasi.

Melakukan proses memvalidasikan transaksi sesuai dengan slip atau bukti transaksi.

3. Untuk produk deposito *mudharabah* :

Melakukan transaksi deposito *mudharabah* dalam data rekening depasan *mudharabah*. Melakukan transaksi penutupan atau pencairan deposito *mudharabah* secara tunai atau melalui overbooking rekening tabungan dengan cara memasukkan nomor rekening deposito, kode transaksi sebagai penutupan deposito, nomor kwitansi pengambilan deposito, tipe pembiayaan : tunai atau overbooking, tanggal pengambilan dana dan kode transaksi yang akan tercetak pada laporan tabungan sebagai overbooking;

Melakukan proses memvalidasikan transaksi deposito *mudharabah* sesuai dengan slip atau bukti transaksi.

4. Menghitung dan memeriksa keaslian uang tunai, cek, bilyet giro sebagai setoran produk tabungan *wadi'ah* atau deposito *mudharabah* maupun angusran pemiayaan *murabahah* atau *mudharabah* dan sebagai pembayaran realisasi pembiayaan *murabahah* atau *mudharabah* secara teliti.
5. Menghitung memeriksa keaslian uang tunai , cek, bilyet giro untuk keperluan pembayaran beban operasional atau non- operasional BPRS.
6. Memeriksa kelengkapan otoritas sesuai kewenangannya dalam pencatatan jurnal penerimaan kas (mutasi pembiayaan) dan jurnal pengeluaran kas (mutasi debet) sesuai bukti kas;
7. Membubuhkan cap stempel “Telah diterima” atau “lunas” setelah dilakukan validasi warkat atau slip atau bukti kas setiap transaksi secara teliti.

Wewenang

1. Melakukan penerimaan atau pembayaran dengan cara tunai atau cek atau bilyet giro dan overbooking.

2. Memberikan masukan pada atasan atau pimpinan dalam rangka perbaikan pelayanan yang lebih baik bagi BPRS dan nasabah.

Tanggung jawab

1. Bertanggung jawab atas kecocokan saldo kasakhir hari sesuai jumlah transaksi, bukti kas yang ada dan berita acara perhitungan kas.
2. Bertanggung jawab atas kelengkapan bukti kas, otorisasi dan validasinya.
3. Bertanggung jawab untuk mengganti secara tunai bila terjadi selisih kas.
4. Bertanggung jawab dalam melaksanakan dan mematuhi semua peraturan perbankan serta ketentuan prosedur sesuai prinsip syariah.

j. Account Officer

Fungsi

Dibawah supervisi Kepala Bagian Pemasaran melayani calon debitur dengan memeriksa semua keterangan atas permohonan pembiayaan, agar diperoleh kepastian tentang kemauan dan kemampuan membayar kembali sesuai perjanjian serta mendapat keyakinan akan berkembangnya usaha debitur.

Tugas-tugas

1. Melayani calon debitur yang mengajukan permohonan piutang atau pembiayaan dengan memeriksa dan menjelaskan:

Berkas permohonan dan identitas calon debitur

Kelengkapan persyaratan administratif lain yang diperlukan, Kedudukan para pihak (calon debitur dan kedudukan BPRS), Nisbah bagi hasil atau margin yang disepakati, termasuk biaya-biaya yang akan dikeluarkan sehubungan dengan penyaluran pembiayaan dan bagi rugi untuk pembiayaan *musyarakah*.

Jumlah uang atau aset atau barang sebagai modal yang diberikan oleh BPRS kepada calon debitur maupun uang muka (*urbun*) dalam piutang *murabahah* dan *istishna*.

2. Mengumpulkan data sebagai bahan evaluasi sesuai prinsip 5c (*character, capacity, capital, collateral, dan condition of economy*) melalui interview, survei langsung (investigasi) dan *cross check* melalui:

Trade check, dilakukan kepada *supplier* atau *penggan* atau *buyer* sehingga bank dapat menentukan periode angsuran,

Bank to bank information, dilakukan mulai program SID bila debitur pernah berhubungan dalam produk pembiayaan atau kredit dengan banklain,

Competitor information, informasi dari konsumen atau calon konsumen juga dapat dilakukan bank untuk mendapatkan gambaran usaha debitur.

Customer information, informasi dari konsumen atau calon konsumen juga dapat dilakukan bank untuk mendapatkan gambaran usaha debitur. Informasi silang kepada sekeliling calon debitur maupun kelompok atau organisasi jika debitur merupakan anggota kelompok tertentu untuk memastikan bahwa kegiatan investasi yang dibiayai tidak termasuk jenis kegiatan usaha yang bertentangan dengan syariah.

3. Mempelajari aspek pemasaran, produksi, financial, manajemen, hukum, sosioekonomi, amdal, dan jaminan dalam menilai kemungkinan pelunasan pembiayaan, jenis pembiayaan, jumlah, dan jangka waktu yang dibutuhkan.
4. Menerapkan pendekatan analisis pembiayaan berdasarkan kemauan dan kemampuan membayar (*repayment capacity*), kepercayaan, layak usaha (*feasibility approach*) dan agunan calon debitur.

Wewenang

1. Merekomendasikan atasan atau pimpinan untuk mengabulkan, mengabulkan dengan syarat atau menolak dengan permohonan pembiayaan yang diajukan oleh calon debitur.
2. Mengikuti pelatihan-pelatihan berkaitan dengan pelayanan nasabah, urusan pembiayaan dan lain sebagainya yang relevan.
3. Merekomendasikan atasan atau pimpinan mengenai langkah-langkah yang akan dilakukan bila debitur ternyata mengalami kesulitan membayar sebelum dan setelah dilakukan restrukturisasi.

Tanggung jawab

1. Bertanggung jawab atas kinerja pengembalian dan monitoring pembiayaan yang diberikan kepada nasabah berikut bagi hasil atau margin yang bisa diterima BPRS.
2. Bertanggung jawab atas kelengkapan atau keberadaan agunan maupun berkas-berkas pembiayaan debitur
3. Bertanggung jawab atas kesesuaian atau kebenaran dan penilaian agunan menurut BPRS dan peraturan perbankan.

4. Bertanggung jawab atas segala laporan berkaitandengan pembiayaan yang diberikan.
5. Bertanggung jwab dalam melaksanakan dan memenuhi semua peraturan perbankan serta ketentuan prosedur sesuai prinsip syariah.

k. Office Boy

Fungsi

Dibawah supervisi Kepala Bagian Operasional dan Umum menjaga kebersihan dankerapian setiap ruang kerja termasukmerawat sarana dan prasarana yang dimiliki kantor, agar mampu mendukung kenyamanan dan keamanan kerja.

Tugas-tugas

1. Menjga kebersihan lingkungan kantor dan mengganti peralatan kebersihan maupun peralatan pendukung lainnya bila sudah rusak atau tidak dapat diperbaiki.
2. Membersihkan setiap ruangan yang ada di dalam kantor, baik sebelum BPRS mulaiberoperasi (buka) dan setelah BPRS selesai beroperasi (tutu).
3. Membersihkan dan menata sarana kerja secara rapi,sehingga mendukung kelancaran kerja.
4. Memebersihkan dan merawat prasarana yang dimiliki BPRS, agar tetap berfungsi pada saat

digunakan dalam menggunakan palyanan yang memuaskan.

5. Menghidupkan, mengatur dan mematikan peralatan kelembaban suhu udara (AC) dan pengharum ruangan.
6. Melaksanakan tugas-tugas lain dari atasan atau pimpinan.

Wewenang

1. Melaporkan pada KepalaBagian Operasional dan Umum bila ada peralatan kebersihan yang harus diganti.
2. Membeli investasi kecil dengan persetujuan Kepala Bagian Operasional dan Umum untuk Kelancaran Kerja.
3. Membeli kebutuhan rumah tangga kantor dengan persetujuan Kepala Bagian Operasional untuk kebutuhan nasabah maupun pegawai BPRS.

Tanggung jawab

1. Bertanggung jawab atas kebersihan dan kerapian di lingkungan kantor.
2. Bertanggung jawab atas kegunaan dan kelengkapansarana dan prasarana yang dimiliki BPRS.

3. Bertanggung jawab dalam melaksanakan dan mematuhi semua peraturan perbankan serta ketentuan prosedur sesuai prinsip syariah.
4. Mematuhi segala perintah atasan.⁴⁴

⁴⁴ Job desk magang BPRS Saka Dana Mulia Kudus

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi pemasaran dan promosi pada produk Simpanan Pelajar (Simpel) iB di BPRS Saka Dana Mulia

Simpanan Pelajar (Simpel) iB adalah Tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank indonesai, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Ada hadis yang menjelaskan bahwa menabung sejak dini itu penting untuk masa depan.

“Rasulullah saw pernah membeli kurma dari Bani Nadhir dan menyimpannya untuk perbekalan setahun buat keluarga. (H.R. Bukhari).”

“Simpanlah sebagian hartamu untuk kebaikan masa depan kamu, karena itu jauh lebih baik bagimu. (H.R. Bukhari)”

Produk Simpanan Pelajar (Simpel) iB ini merupakan produk baru di PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus, yang muncul pada pertengahan tahun 2017. Produk Simpel iB ini menggunakan akad *wadi'ah* dengan sistem pemberian bonus 0, 5% dari simpanan nasabah.⁴⁵

BPRS Saka Dana Mulia sebagai perusahaan jasa perbankan tentunya sangat membutuhkan strategi pemasaran dan promosi yang

⁴⁵ Wawancara dengan Bapak Muklis Arifiyanto Direktur Operasional PT. BPRS Saka Dana MuliaKudus.

baik agar kegiatan perusahaan dapat berlangsung dengan baik dan menghasilkan laba perusahaan yang tinggi. Kegiatan atau aktivitas perusahaanpun tidak dapat lepas dari strategi pemasaran dan promosi yang merupakan kombinasi untuk menciptakan sebuah strategi pemasaran dan promosi yang tepat yang ditunjukan agar tujuan perusahaan yang memenangkan persaingan dengan tercapainya penjualan yang maksimal.

promosi adalah salah satu variable pemasaran yang dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan volume penjualan. Dalam menyampaikan informasi tentang jasa yang tersedia, maka perusahaan dapat menyelenggarakan kegiatan promosi. Dengan adanya promosi diharapkan konsumen akan terdorong untuk memakai jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Kegiatan pemasaran dan promosi ini telah banyak disadari oleh perusahaan- perusahaan dalam merebut para konsumen.

Kegiatan pemasaran dan promosi yang dilakukan PT.BPRS Saka Dana Mulia sebagai perbankan yaitu mempunyai fungsi untuk memberikan, mempengaruhi, dan juga meningkatkan volume penjualan.

Pemasaran dan pomosi PT.BPRS Saka Dana Mulia kudas beroperasi diwilayah jawa tengah akan tetapi untuk saat ini yang dijalankan masih berada di kota kudas dan juga membuka cabang di Gunungpati (semarang). Pemasaran PT.BPRS Saka dana dilakukan dengan terus menerus, menawarkan dan mempromosikan produk dari

PT.BPRS Saka Dana Mulia, khususnya pada produk Simpel iB yang merupakan produk yang baru dan belum terlalu banyak nasabah, tetapi PT. BPRS Saka Dana Mulia tidak pantang menyerah untuk menawarkan dan mempromosikan produknya. Dan walaupun dengan nasabah lama ataupun baru PT. BPRS Saka Dana mulia terus menerus memberikan penawaran dan juga promosi agar nasabah memberikan kepercayaan penuh kepada PT. BPRS Saka Dana Mulia. Ada beberapa strategi pemasaran dan promosi pada produk Simpel iB di PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus

1. Service Excellent

Service Excellent yaitu suatu pelayanan yang berstandar kualitas pada suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan juga kepuasan masyarakat. Beberapa service Excellent yang dilakukan oleh PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus:

- Kesopanan dan keramahan petugas kepada setiap nasabah.
- Tanggung jawab dalam menjalani tugas ataupun complain dari para nasabah yang datang langsung ke kantor ataupun dari jarak jauh (Telepon, Internet).
- Kecepatan waktu dalam melayani nasabah agar tidak membuat nasabah lama menunggu.
- Kualitas pelayanan yang berkaitan dengan lokasi pelayanan, ketersediaan informasi, dan petunjuk ataupun panduan lainnya, agar nasabah yang belum tahu atau sudah berumur tahu dengan tujuannya.

2. Jemput Bola

Jemput bola yaitu cara pemasaran yang aktif. Dimana penjual aktif menawarkan dagangannya berupa produk barang atau jasa langsung pada konsumen. Caranya bisa turun kelapangan untuk presentasi secara door to door. Menghubungkan lewat telepon, sms, email, sosial media dan lain sebagainya.

Keuntungan atau kelebihan strategi pemasaran jemput bola

1. Lebih tepat dalam membidik target yaitu orang yang sekiranya membutuhkan barang atau jasa yang di tawarkan sehingga kemungkinan terjual lebih besar.
2. Penjual dapat mengeksplere kemampuan mempengaruhi calon pelanggan untuk membeli barang atau jasa yang dijual.
3. Mampu mengunggah minat calon konsumen yang awalnya merasa tidak membutuhkan produk yang ditawarkan kemudian tertarik untuk menggunakannya.
4. Menguntungkan bagi konsumen karena menghemat waktu dan tidak repot untuk datang ke kantor.
5. Konsumen mengetahui keunggulan brand produk tersebut secara detail karena bisa bertanya langsung pada AO.

Kelemahan atau kekuaranggann strategi jempuit bola

1. Menguras waktu, tenaga dan biaya transportasi
2. Posisi penawaran marketingrenah dimata nasabah arena
merasapihakmarketing yang butuh (tidak selalu)⁴⁶
3. Lingkungan

Lingkungan pemasaran adalah lingkungan perusahaan yang terdiri dari para pelaku dan kekuatan di luar pemasaran yang mempengaruhi kemampuan manajemen pemasaran untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang berhasil dengan pelanggan sasaran. Perusahaan harus terus melakukan pengamatan secara terus menerus dan beradaptasi dengan lingkungan yang bersifat kompleks dan terus berubah-ubah. Dan dengan mempelajari lingkungan, perusahaan dapat menyesuaikan strategi perusahaan untuk memenuhi tantangan dan peluang pasar yang baru.

PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus juga menggunakan strategi pemasaran lingkungan karena lingkungan sangatlah berpengaruh dalam strategi pemasaran dan juga promosi sebuah produk.

Ada beberapa cara yang dilakukan oleh PT.BPRS SakaDana Mulia Kudus dalam measarakn danmempromosikan produk khsuusnya produk simpel iB:

1. Mengadakan sosialisasi terhadap sekolah-sekolah yang ada di kota kudus

⁴⁶ Wawancara dengan Ibu Heny Fatmawati selaku Kasubag Funding PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus

2. Selalu menjaga keakraban anggota PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus kepada masyarakat sekitar.
3. Saling membantu jika ada masyarakat yang memerlukan bantuan.⁴⁷
4. Advertising (periklanan)

Periklanan yang dilakukan oleh PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus yaitu dengan

- Brosur-brosur yang berisi tentang info produk-produk , persyaratan, keuntungan, tujuan, dan juga keistimewaan dari produk tersebut.
- Menawarkan kepada orang tedekat untuk ikut bergabung menjadi anggota PT. BPRS Saka Dana Mulia kudus
- Memasang iklan pada poster-poster yang ditempelkan di jalan atau di desa yang dekat dengan kantor, di sekolah-sekolah, di warung makan.
- Memberikan bonus kepada anggota yang bergabung.
- Memasang iklan di koran , karena koran merupakan media yang cukup efektif karena bisa dicakup oleh semua kalangan, dai menengah kebawah, menengah keatas sampai dengan kalangan atas.
- Menyiarkan di Radio, radio juga dianggap media promosi yang efektif krena bisa menyampaikan pesan secara cepat ketika orang-orang sedang mengendarai kendaraan, berjalan

⁴⁷ Wawancara dengan Ibu Ani Khoirunisa Selaku SKAI PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus

di taman, dan lain-lain. Radio juga merupakan media iklan yang ekonomis untuk berkomunikasi dengan jutaan orang pada saat bersamaan.

- Memasang spanduk tentang produk-produk dan keuntungan yang ada di PT.BPRS Saka Dana Mulia

5. Door to door

Para anggota Account Officer (AO) PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus menawarkan produk-produk dengan cara:

- mendatangi langsung sekolah-sekolah yang ada di sekitar kota Kudus, hal ini lebih efektif karena bagi para account officer dapat lebih dekat dengan para calon nasabah dan bisa mengambil hati, dan juga dapat lebih leluasa untuk menjelaskan produk Simpel kepada calon nasabah.
- menawarkan produk lewat telepon ataupun komunikasi langsung kepada teman dekat, atau sekolah yang sudah di kenal , keluarga, atau kenalan baru.
- Door to door dengan layanan menarik tabungan ke sekolah langsung, jadi nasabah tidak perlu pergi ke kantor untuk membayar tabungan.

6. Penampilan Pegawai

- Menggunakan sepatu dan tidak menggunakan sandal saat sedang bekerja
- Menggunakan id card saat bekerja
- Selalu bersikap ramah dan memberikan senyuman kepada nasabah.

- Selalu mengikuti breafing pagi dan memberikan motivasi bergilir
- Semua anggota PT.BPRS Saka Dana Mulia diwajibkan memakai id card dan absensi kehadiran.

7. Personal Selling

Personal seling disini merupakan salah satu bentuk variable promosi yang lebih banyak menggunakan tenaga kerja atau tenaga penjual. Untuk memenuhi keinginan konsumen yaitu dilayani secara pribadi dengan cara:

- Melakukan promosi penjual pribadi yaitu salesmen atau bagian pemasaran
- Mencari nasabah
- Melakukan pendekatan dengan nasabah, baru kita melakukan pembukaan , pemberi salam, pengenalan produk, keuntungan produk, manfaat dan juga kemudahan untuk membuka produk tersebut.

8. Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan kegiatan yang menghubungkan antara periklanan, personal selling, melengkapi dan mengkoordinir beberapa bidang tersebut. Kegiatan yang dilakukan PT.BPRS Saka Dana Mulia yaitu dengna memberikan bonus kepada nasabah.

9. Publisitas

Publisitas bagi PT.BPRS Saka Dana Mulia merupakan hal yang penting bagi kehidupan perusahaan. Dan usaha tersebut

diwujudkan dengna mengadakan kunjungan-kunjunga ke sekolah-sekolah, rumah warga, maupun instansi-instansi untuk mempererat hubungan kerjasama serta menciptakan suasana kekeluargaan.⁴⁸

B. Pembukaan Produk Simpanan Pelajar (Simpel) iB di PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus

Syarat dan ketentuan

1. Ketentuan Umum
 - a. Tabungan Simpel iB adalah Tabungan Perorangna untuk siswa warga negara Indonesia .
 - b. Diperuntukan bagi siswa PAUD, TK, SMP, SMA, Sederajat atau Madrasah, (MI, MTS, MA)atau sederajat yang berusia dibawah 17 tahun dan belum memiliki KTP.
 - c. Tabungan Simpel iB dalam mata uang Rupiah.
 - d. Pembukaa rekening Simpel iB dilakukan melalui kerjasama antara sekolah dengan bank
 - e. Orang tua atau wali dapat memberi kuasa kepada sekolah (pejabat sekolah yang ditunjuk) atau pihak lain untuk pembukaan rekening Simpel iB.
 - f. Satu siswa hanya diperkenankan memiliki 1 (satu) rekening Simpel iB di 1 (satu) bank yang sama.

⁴⁸ Wawancara dengan Ibu Heny Fatmawati selaku Kasubag Funding Pt.BPRS Saka Dana Mulia Kudus

- g. Tidak diperkenankan untuk rekening bersama (joint account) dengan status. dan
 - h. Transaksi penarikan, penyetoran dan pendaftaran dapat dilayani di sekolah dan jaringan kantor Bank.
2. Syarat Pembukaan Tabungan Simpel iB
- a. Memorandum Of Understanding (MOU) antara pihak sekolah dengan pihak Bank.
 - b. Mengisi Formulir Customer identifikasi file (CIF) secara lengkap.
 - c. Melengkapi dokumen untuk pembukaan rekening Simpel iB sebagai berikut:
 - Kartu pelajar, atau
 - KTP Orang Tua dan Akta Kelahiran atau Kartu Keluarga
3. Syarat Penyetoran Tabungan Simpel iB
- a. Setoran awal pembukaan rekening minimum Rp. 1.000,-
 - b. Setoran tunai selanjutnya minimum Rp. 1.000,-
 - c. Transaksi penyetoran dapat dilayani di sekolah dan jaringan kantor Bank
4. Syarat Penarikan Tabungan Simpel iB
- a. Penarikan maksimal Rp.500.000,-/hari, kecuali pada saat nasabah ingin menutup rekening.
 - b. Cara penarikan tabungan antara lain:
 - Siswa PAUD/TK/SD

- Di Sekolah : penarikan dilakukan oleh siswa dengan mengisi slip penarikan dengan ditandatangani siswa dan orang tua. Tandatangan siswa melainkan hanya sebagai sarana edukasi, tidak menjadi acuan validasi Bank. Dan sebagai acuan dasar validasi pada saat penarikan Tabungan adalah tandatangan orang tua.
 - Di Bank : penarikan dilakukan siswa didampingi orang tua. Verifikasi diserahkan ke petugas Bank.
 - Siswa SMP dan SMA, penarikan bisa dilakukan oleh siswa bersangkutan. Verifikasi diserahkan kepada Bank
5. Dormant atau rekening pasif
 - a. Rekening dormant adalah rekening tidak bertransaksi selama 12 bulan berturut-turut.
 - b. Saat rekening berstatus Dormant, rekening dikarenakan biaya pinalti sebesar Rp.1.000,- perbulan .
 - c. Apabila saldo rekening mencapai kurang dari Rp. 1.000,- maka rekening dapat ditutup oleh system dengan biaya penutupan rekening sebesar sisa saldo.
 6. Lain-lain
 - a. Bukti kepemilikan rekening berupa buku Tabungan Simpel iB yang diberikan oleh Bank kepada siswa dengan nama yang tertera di rekening adalah nama siswa.
 - b. Pembukaan rekening dapat dilakukan secara kolektif melalui sekolah.

- c. Penggantian buku tabungan karena halaman penuh tidak dikenakan biaya.
- d. Biaya dan persyaratan penggantian buku tabungan yang hilang atau rusak mengikuti ketentuan yang berlaku di Bank.
- e. Biaya Administrasi bulanan pemeliharaan rekening tabungan dan administrasi dibebaskan (gratis).
- f. Biaya penggantian buku Tabungan karena hilang dan atau yang rusak oleh penabung diatur sesuai dengan ketentuan Bank.
- g. Penutupan rekening Tabungan karena permintaan penabung dikenakan biaya administrasi diatur sesuai dengan ketentuan Bank.

C. Tujuan Produk Simpel iB

- a. Literasi Keuangan
Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman kepada siswa, orangtua dan komunitas sekolah mengenai layanan keuangan khususnya produk tabungan .
- b. Inklusi Keuangan
Meningkatkan akses keuangan yang mudah dijangkau, biaya ringan, dan fitur yang menarik bagi siswa.
- c. Budaya Menabung
Menciptakan budaya gemar menabung dan melatih pengelolaan keuangan sejak dini.
- d. Pengembangan Aset (Asset Building)

Mengajarkan kepada siswa untuk dapat memiliki dan mengembangkan kekayaan sendiri dengan cara menabung.

D. Manfaat Produk

a. Bagi Siswa

- Edukasi keuangan bagi siswa.
- Mendorong budaya gemar menabung.
- Melatih pengelolaan keuangan sejak dini.

b. Bagi Orang Tua

- Memberi edukasi keuangan tentang produk tabungan.
- Mengajarkan kemandirian dan kedisiplinan anak dalam mengelola keuangan.
- Memudahkan orangtua untuk mengontrol pengeluaran anak.

c. Bagi Sekolah

- Sarana edukasi praktis keuangan dan perbankan bagi siswa dan guru.
- Menumbuhkan budaya menabung di sekolah.
- Sarana sistem pembayaran dan pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien di lingkungan sekolah.⁴⁹

⁴⁹ Brosur Sempel iB PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus

E. Analisis pendukung dan Tantangan strategi pemasaran dan promosi pada produk Simpel iB di PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus

1. Analisis faktor pendukung strategi pemasaran dan promosi pada produk Simpel iB PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus

Faktor pendukung pemasaran dan promosi pada produk Simpel iB :

- a. Pelayanan prima terhadap nasabah

PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus selalu memberikan pelayanan prima kepada setiap nasabahnya, karena PT.BPRS Saka Dana Mulia selalu melayani nasabah dengan sepenuh hati, dengan berpenampilan yang menarik, sopan-santun, ramah, murah senyum, adil, dan juga cepat dalam etika yang baik sehingga nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Selain itu, PT.BPRS Saka Saka Dana Mulia juga memberikan pelayanan ekstra dengan menerapkan sistem jemput bola, yaitu dengan mendatangi nasabah yang akan melakukan transaksi, baik menabung, meminjam ataupun membayar angsuran, hal ini dilakukan untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi simpanan pelajar, sehingga menjadikan nasabah rajin menabung.

- b. Lokasi yang mudah dijangkau

PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus berada di Jl. Jendral Sudirman No. 857-858 Dersalam (Kantor Pusat), Jl.

Sunan Kudus 147, kota kudus (kantor Kas Kota), Jl. Raya Makam Sunan Muria, Colo Kudus (Kantor Kas Colo). Lokasi tersebut menurut saya sangat strategis karena loka persis di pinggir jalan, dan untuk kantor kas kota berlokasi tidak jauh dari simpang tujuh kota kudus.

- c. Masyarakat yang mulai tertarik pada PT.BPRS SakaDana Mulia yang sistem operasionalnya berbasis syariah

Masyarakat mulai tertarik dengan adanya lembaga keuangan syariah khususnya PT.BPRS Saka Dana Mulia karena masyarakat yakin bahwa suatu lembaga yang operasionalnya menggunakan sistem yang berbasis syariah lebih mendatangkan keamanan dan juga kenyamanan. Dan tidak adanya unsur bunga pada transaksinya, selain itu perhitungannya pun dengan cara bagi hasil dan berlandaskan pada hukum yang berdasarkan Al-qur'an dan Sunnah Rasul sebagai hukum islam.

2. Faktor tantangan strategi pemasaran dan promosi produk Simpel iB pada PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus

Tantangan yang dihadapi saat pemasaran dan promosi produk simpel iB:

1. Promosi melalui media cetak dan media elektronik belum terlalu aktif

Promosi yang baik efektif akan mendapatkan hasil yang memuaskan. Selain itu dengan pemasaran dan promosi produk yang dijual akan dikenal oleh banyak orang dan akan

membuat tingkat penjualan meningkat. Saat ini PT. BPRS Saka Dana Mulia melakukan pemasaran dan promosi melalui jasa media cetak ataupun elektronik, hanya dengan menggunakan bantuan AO dan menggunakan Brosur dan spanduk.

2. Tingkat persaingan tinggi

Persaingan yang dihadapi PT. BPRS Saka Dana Mulia untuk memasarkan produk simpel iB ini bukan hanya dari sesama lembaga keuangan baik bank maupun non bank tetapi juga dari pemerintah kota kudus yang menawarkan berbagai produk tabungan yang sudah banyak diikuti oleh sebagian besar sekolah-sekolah yang ada di kudus.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari strategi pemasaran dan promosi yang pada produk Simpel iB yang dilakukan PT. BPRS Saka Dana Mulia yaitu sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran dan promosi yang dilakukan pada produk Simpel iB di PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus adalah:
 - a) Produk yang ditawarkan yaitu produk jasa yang sifatnya abstrak namun manfaatnya mampu dirasakan, begitupun dengan produk simpel iB yang memiliki manfaat mendorong budaya gemar menabung sejak dini.
 - b) Price (harga), dimana PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus mengambil keuntungan yaitu bukan dari biaya administrasi nasabah tetapi dari banyaknya nasabah yang menabung dan nasabah yang puas.
 - c) Promotion (promosi) , bagaimana Ao PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus ataupun pegawai yang lain berkomunikasi atau mempromosikan produk-produk kepada para nasabah.
 - d) Place (tempat), tempat yang strategis.
 - e) Service excellent kepada nasabah, agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT.BPRS Saka Dana Mulia Kudus.

- f) Jemput bola, cara pemasaran yang aktif dimana Ao langsung menawarkan langsung pada konsumen dengan presentasi.
 - g) Lingkungan, bagaimana perusahaan dapat beradaptasi dengan lingkungan tersebut.
 - h) Advertising, periklanan yang digunakan oleh PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus yaitu dengan menyebar brosur, menawarkan kepada orang terdekat, memasang iklan dan poster, menyiarkan di radio.
 - i) Penampilan pegawai, agar menarik perhatian nasabah para pegawai harus berpenampilan rapih, bersih, dan juga ramah.
 - j) Personal selling, salah satu bentuk variabel yang lebih banyak menggunakan tenaga kerja atau tenaga penjual.
 - k) Publisitas, kegiatan mengenalkan perusahaan sehingga masyarakat dapat mengenalnya.
2. Pembukaan Produk Simpel iB Di PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus
- a) Memorandum Of Understanding (MOU) antara pihak sekolah dengan pihak Bank.
 - b) Mengisi Formulir Customer identifikasi file (CIF) secara lengkap.
 - c) Melengkapi dokumen untuk pembukaan rekening Simpel iB sebagai berikut:
 - Kartu pelajar, atau
 - KTP Orang Tua dan Akta Kelahiran atau Kartu Keluarga

Dan untuk pembukaan yang menarik dari produk Simpel iB di PT.BPRS SakaDana Mulia Kudus ini yaitu pada pembukaan rekeningnya lebih murah dibandingkan dengan yang lain hanya Rp. 1.000,- dan kemudian seterusnya minimal Rp.1.000,-, dan mendapatkan bonus 0,5% dari simpanan nasabah.

B. Saran

Beberapa saran penulis untuk PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus

1. Lebih meningkatkan strategi pemasaran dan promosinya, sehingga tujuan ataupun sasaraannya akan tercapai.
2. Hendaknya PT.BPRS Saka Dana Mulia lebih aktif dalam sosialisasi agar produk Simpanan Pelajar (Simpel) iB lebih dikenal oleh masyarakat.
3. Perlu adanya pengenalan pada produk simpanan pelajar, sehingga masyarakat bisa lebih memahami keunggulan dari produk simpanan pelajar.
4. Membekali karyawan dengan mengikuti seminar-seminar tentang perbankan syariah sehingga memiliki latar belakang keilmuan bidang perbankan syariah.

C. Penutup

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunianya sehingga dapat memberikan kelancaran dalam proses pembuatan Tugas Akhir. Sebagai salah satu syarat kelulusan dalam menyelesaikan pendidikan program Diploma tiga di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di UIN Walisongo Semarang. Penulis mengakui bahwa pembuatan Tugas Akhir ini masih jauh dari kaa sempurna. Namun dalam hal ini dapat dijadikan suatu pengalaman dan motivasi dalam menempuh kegiatan akademik lainnya. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis serta pembaca sebagai bahan penelitian selanjutnya, salain itu penulis berharap agar pembaca memberikan sumbangan kritik dan saran membangun untuk penyempurnaan Tugas Akhir ini. Terimakasih.

DAFTAR PUSTAKA

Alqur'an Surat Al-Baqarah ayat 275

Alqur'an surat An-Nisa ayat 58

Antonio Syafi'i Muhammad, Bank Syariah Suatu Pengenalan Umum,
diterbitkan atas kerjasama TazkiaInstitute

Anwar Saifuddin, Metode Penelitian, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012

Arif Al Nurianto, Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah, Bandung :
Alfabeta ,2012

Ascarya, Akad & Produk Bank syariah, Jakarta : PT. Raja Grafindo
Persada, 2015

Brosur Simpel iB PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus

Company Profil BPRS Saka Dana Mulia Kudus Terbaru

Fatwa DSN-MUI No.02/DSN-MUI/IV/2000/tentang Tabungan

Getruida Astrid, dan Balqiz, Metode Penelitian, Jogja: Pustaka Pelajar,
1997

Hasan Ali, Marketing Bank Syariah, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010

Ilmi Makhalul, Teori Praktek Mikro Keuangan Syariah, Yogyakarta :UII
Pres, 2001

Job Desk Magang BPRS Saka Dana Mulia Kudus

Kotler Philip & Keller Lane Kevin, Manajemen Pemasaran edisi 12 jilid
1, jakarta: Erlangga 2008

Kotler Philip & Keller Lane Kevin, Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid
2, Jakarta : Erlangga 2008

Morisson, Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jakarta:
Prenadamedia Grup , 2010

Mudzhar Atho.H.M, Yusuf Fuad Choirul, dkk, Fatwa Majelis Ulama
Indonesia (MUI) dalam perspektif hukum dan perundang-
undangan, jakarta: puslitbang kehidupan keagamaan badan
litbang dan diklat kementrian agama

Rahmawati Atik, Analisis Strategi Promotion Mix Pada Pembiayaan
Murabahah Di BPRS Saka Dana Mulia Kudus, Semarang: TA
UIN Semarang

Rukmana Machmud Amir, Bank Syariah , Jakarta : PT. Gelora Aksara
Pratama, 2010

Sjahdeini Remy Sutan, Perbankan Syariah Produk-produk dan aspek-
aspek hukumnya, Jakarta: Prenamedia grup, 2014

Soemitra Andri, Bank & Lembaga Keuangan Syariah edisi kedua,
Jakarta: Kencana, 2009

Solihin Ismail, Manajemen Strategi, Bandung: Erlangga, 2012

Sriwantira Ayu, Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Pada Bank Perusahaan Daerah Perkreditan Rakyat Sarimadu Cabang Pekanbaru, Riau-Pekanbaru.

Sutanto Herry, Umam Khaerul, Manajemen Pemasaran Bank Syariah, Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Tunggal Widjaja Amin, Audit Pemasaran (Marketing Audit), Jakarta : PT. Rineka Cipta, 1992

Ulfa Risdiana, Strategi Pemasaran Produk Simpanan Sukarela (sirela) di BMT Walisongo Semarang Mijen, Semarang: TA UIN Semarang

Umar Husein, Research Methodhs in Finance and Banking, Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama, cet. Ke-2, 2012

Usmara Usi, Pemikiran Kreatif Pemasaran , Yogyakarta : Amara Book,2008

Visi & Misi BPRS Saka Dana Mulia Kudus

Wawancara dengan Arifiyanto Muklis Direktur Operasional PT. BPRS Saka Dana MuliaKudus

Wawancara dengan Ibu Fatmawati Heny Selaku Kasubag Funding PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus.

LAMPIRAN

PT. BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH BPRS Saka Dana Mulia Jl. Jendral Sudirman No. 857 - 858 Grogol Kertela Telp / Fax : (0291) 4252131		SLIP PENARIKAN	
Validasi		Tanggal :	
		<input type="checkbox"/> Tabungan IB <input type="checkbox"/> Deposito IB <input type="checkbox"/>	
No. Rekening :		NO. : 08652	
Nama :		Keterangan :	
Alamat :			
Jumlah Penarikan : Rp.			
Terbilang :			
Untuk jumlah penarikan diatas Rp. 100.000.000,- Tujuan Penggunaan Dana:		Disahkan	Teller
		Penerima	
<small>Transaksi dianggap sah apabila slip penarikan ini divalidasi dan ditubuhi tanda tangan teller</small>			

PT. BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH BPRS Saka Dana Mulia Jl. Jendral Sudirman No. 857 - 858 Grogol Kertela Telp / Fax : (0291) 4252131		SLIP SETORAN	
Validasi		Tanggal :	
		<input type="checkbox"/> Tabungan IB <input type="checkbox"/> Deposito IB <input type="checkbox"/>	
No. Rekening :		NO. : 19726	
Nama :		Keterangan :	
Alamat :			
Jumlah Setoran : Rp.			
Terbilang :			
Untuk jumlah setoran diatas Rp. 100.000.000,- Sumber Dana :		Disahkan	Teller
		Penyetor	
<small>Transaksi dianggap sah apabila slip setoran ini divalidasi dan ditubuhi tanda tangan teller</small>			

Permohonan Informasi Debitur (IDEB) SLIK

Tanggal :

No	No. Reg	Nama Debitur	Tanggal Lahir	Nama Ibu Kandung	NIK	Alamat	AO	Keterangan
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								

NB: Nama Debitur Sesuai KTP & dilengkapi KK

Mengetahui,
Direktur Operasional

Verifikasi,
Petugas IDEB

Tanggal :
Dibuat,
Customer Service

(MUKLIS ARIFRYANTO)

()

()



PT Bank Perkreditan Rakyat (BPR)
SAKA DANA MULLA
Jl. Jendral Sudirman No. 857 - 858 Dersalam Kudus
Telp./Fax : (091) 425022



BISMILLAHIR ROHMAANIR ROHIM

AKAD WADI'AH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama :
No. Identitas :
Alamat :
Nama Sekolah :

Pemilik Rekening Tabungan Nomor :
(Selanjutnya disebut rekening nasabah), dalam hal ini bertindak untuk diri sendiri sebagai Penitip Dana (Muwaddi'), selanjutnya disebut NASABAH.

2. Nama : FARIF NURHARYANTO, S.P
Jabatan : Direktur Utama PT. BPRS Saka Dana Mulla
Berkedudukan di Jl. Jendral Sudirman No. 857 - 858 Dersalam Kudus, dalam hal ini bertindak sebagai Penerima Titipan (Mustada'), selanjutnya disebut BANK.

BANK dan NASABAH sepakat untuk membuat, mematuhi dan melaksanakan Akad ini dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut :

1. NASABAH dengan ini bermaksud menitipkan dana pada BANK, dan BANK bersedia menerima penitipan dan mengelola dana dari NASABAH yang diadministrasikan dalam bentuk rekening atas nama NASABAH pada BANK sebagaimana tersebut diatas.
2. NASABAH member persetujuan/izin kepada BANK untuk mengelola dana yang dititipkan pada BANK, dan digunakan serta diambil manfaatnya oleh BANK sesuai prinsip Wadi'ah Yad Ad Dhamanah.
3. NASABAH setuju bahwa keuntungan dan manfaat yang diterima oleh penitipan dana tersebut menjadi hak BANK.
4. Dana yang terdapat pada rekening NASABAH dapat diambil/ditarik oleh NASABAH setiap saat baik sebagian atau seluruhnya dan BANK menjamin pengembalian dana NASABAH tersebut.
5. NASABAH dengan ini tunduk dan terikat pada syarat dan ketentuan umum rekening yang berlaku di PT BPRS Saka Dana Mulla, Bank Indonesia dan Fatwa Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia (DSN - MUI) yang merupakan satu kesatuan dan bagian yang tidak terpisahkan dari Akad ini.

Demikian akad ini dibuat secara musyawarah dan mufakat yang berlaku sejak tanggal ditandatangani.

Kudus,

BANK

NASABAH

Farif Nurharyanto
Direktur Utama



PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Saka Dana Mulia



SURAT PERSETUJUAN

**DILAKUKAN PERMINTAAN INFORMASI DEBITUR (IDEB) MELALUI
SISTEM LAYANAN INFORMASI KEUANGAN (SLIK)**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama :
Alamat :
Pekerjaan :
NIK :
Nama Ibu Kandung :
2. Nama :
Alamat :
Pekerjaan :
NIK :
Nama Ibu Kandung :
3. Nama :
Alamat :
Pekerjaan :
NIK :
Nama Ibu Kandung :
4. Nama :
Alamat :
Pekerjaan :
NIK :
Nama Ibu Kandung :

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya, bahwa saya menyetujui pihak BPRS Saka Dana Mulia untuk melakukan pencarian informasi mengenai reputasi keuangan saya melalui Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK) sehubungan dengan permohonan pembiayaan saya di BPRS Saka Dana Mulia. Saya tidak akan menuntut secara hukum dan bentuk apapun kepada BPRS Saka Dana Mulia atas pencarian informasi ini.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kudus,

Yang membuat pernyataan,

Calon Debitur Suami/Istri Calon Debitur Calon Penjamin Calon Penjamin

FORMULIR PERMOHONAN PEMBIAYAAN

JENIS PEMBIAYAAN

Jenis Pembiayaan : ☐ Murabahah ☐ Mudharabah ☐ Musyarakah ☐ Qardh ☐ Lainnya
 Pengajuan : ☐ Baru ☐ Ulangan ☐ Perubahan ☐ Take Over
 Jumlah Pembiayaan : Rp. (.....)
 Jangka Waktu : bulan Tujuan Penggunaan Dana :
 Pembayaran : ☐ Angsuran ☐ Lainnya

DATA AGUNAN

SERTIFIKAT		BPKB KENDARAAN BERMOTOR	
Sertifikat	<input type="checkbox"/> Tanah <input type="checkbox"/> Rumah <input type="checkbox"/> Lainnya	Jenis Kendaraan	<input type="checkbox"/> Roda 2 <input type="checkbox"/> Roda 4 <input type="checkbox"/> Lainnya
Status Sertifikat	<input type="checkbox"/> SHM <input type="checkbox"/> HGB <input type="checkbox"/> Lainnya	No. BPKB
No. Sertifikat	Merk/Type
Atas Nama Sertifikat	Tahun
Luas Tanah M ² Luas Bangunan M ³	Warna
Letak Tanah	Desa Kecamatan Kabupaten	No. Polisi
		Atas Nama
		Alamat

LAINNYA

Jenis Agunan : Pemilik Agunan :
 Keterangan : Alamat :

DATA PEMOHON

Nama Lengkap :
 Jenis Kelamin : ☐ Laki - laki ☐ Perempuan
 Tempat Lahir : Tanggal Lahir :
 No. KTP/SIM/Paspor :
 No. NPWP** :
 Kewarganegaraan : ☐ WNI ☐ WNA
 Pendidikan : ☐ S2 / S3 ☐ S1 ☐ D3 ☐ SLTA ☐ SLTP ☐ SD
 Agama : ☐ Islam ☐ Kristen ☐ Katholik ☐ Hindu ☐ Budha ☐ Lainnya
 Status Perkawinan : ☐ Menikah ☐ Belum Menikah ☐ Duda ☐ Janda
 Alamat Sesuai KTP : Kode Pos :
 Alamat Tinggal Skrg. : Kode Pos :
 (jika tidak sesuai identitas)
 No. Telepon Rumah : Handphone :
 Nama Ibu Kandung :
 Status Rumah : ☐ Milik Pribadi ☐ Milik Keluarga ☐ Sewa / Kontrak ☐ Dinas ☐ Lainnya
 Jumlah Tanggungan : ☐ Orang
 Pekerjaan : ☐ Karyawan ☐ Pegawai Negeri ☐ Profesional ☐ Wiraswasta ☐ Petani ☐ Lainnya
 Status Kerja : ☐ Pegawai Tetap ☐ Kontrak ☐ Lainnya
 Lama Bekerja : ☐ > 10 Tahun ☐ 5 - 10 Tahun ☐ 2 - 5 Tahun ☐ < 2 Tahun
 Nama Perusahaan :
 Alamat Perusahaan :
 Telepon :
 Jabatan/Pangkat :
 Tempat Usaha : ☐ Milik Sendiri ☐ Sewa ☐ Lainnya

FORMULIR PEMBUKAAN REKENING SIMPANAN PELAJAR (SimPel iB)

Mohon diisi oleh nasabah dengan huruf cetak pada kolom dan berikan tanda (V) sesuai pilihan

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap :

(Nama sesuai kartu ID, diinput langsung oleh Petugas ke sistem)

1. DATA NASABAH

DATA PRIVACY

1	Alias										
2	Tempat Lahir										
3	Kewarganegaraan	Tanggal Lahir :									
4	WNI	WNA, Negara									
5	Pendidikan	SLTA/MA	SLTP/MTs	SD/MI	TK	PAUD					
6	Agama	Islam	Kristen	Katholik	Hindu	Budha	Lainnya				
7	Jenis Kelamin	Laki – Laki	Perempuan								
8	Nama Ibu Kandung										
9	Jenis Identitas	Kartu Pelajar	Akta Kelahiran	Lainnya	Tanggal Terbit : - -						
10	No. Identitas	Tanggal Kadaluarsa : - -									
11	Alamat										
12											
13	Sumber Dana	Tabungan	Orang Tua	Lainnya	Kode Pos :						

DATA ORANG TUA

[illegible]

Informasi Kontak : Telepon Rumah : [] [] [] [] [] [] [] Handphone : [] [] [] [] [] []
Pekerjaan : [] Karyawan [] Pegawai Negeri [] Profesional [] Wiraswasta [] Petani [] Lainnya
Nama Kantor/Tempat Bekerja : [] [] [] [] [] [] []

DATA SEKOLAH[illegible]

2. DATA LEMBAGA PENDIDIKAN

Nama Sekolah :																														
Jenis Badan Hukum :	Badan Hukum															Non Badan Hukum														
Bidang Usaha :																														
Akta Pendirian :																														
Tempat Pendirian :																Tanggal Pendirian : - -														
Ijin Usaha (SIUP/TDP) :																														
NPWP :																														

Alamat Sekolah :

Pengurus Sekolah : Telepon : -

Jabatan :

Jabatan :

Jabatan :

Sumber Dana :

Tujuan Transaksi : ☐ Tabungan ☐ Investasi ☐ Bisnis ☐ Lain - lain

3. SETORAN TABUNGAN

Setoran Pertama : Rp. Terbilang :

4. PERSYARATAN DAN KETENTUAN TABUNGAN

A. PERNYATAAN NASABAH

- Bahwa saya telah memahami dan menyetujui sepenuhnya segala persyaratan dan ketentuan atas pembukaan rekening tabungan ini.
- Ahli Waris merupakan orang tua dari nasabah dan penunjukan ahli waris sekaligus melepaskan Bank dari segala kewajibannya untuk menerima dan melaksanakan tuntutan dari siapapun dengan alasan apapun mengenai hak terhadap tabungan ini.
- PT. BPRS Saka Dana Mulla selanjutnya disebut "Bank" telah memberikan penjelasan yang cukup kepada saya mengenai karakteristik produk dimaksud termasuk manfaat, resiko dan biaya-biaya yang melekat dan saya telah membaca, mengerti dan menyetujui isi ketentuan-ketentuan yang terkait dengan produk yang saya ajukan.

B. SYARAT UMUM

- Pembukaan rekening tabungan ditujukan untuk perorangan/siswa.
- Sebagai bukti tabungan, Bank akan menerbitkan buku tabungan atas nama penabung.
- Penyetoran, pengambilan dan perubahan saldo tabungan dicatat oleh Bank dalam rekening tabungan atas nama penabung.
- Pajak atas bonus tabungan ditanggung oleh penabung.
- Terhadap penutupan rekening tabungan dikenakan biaya Rp. 1.000,- (seribu rupiah).
- Penabung bertanggung jawab penuh terhadap penggunaan slip penarikan jika terjadi penyalahgunaan yang merugikan Bank.
- Bank maupun penabung sewaktu-waktu berhak menghentikan hubungan rekening dengan pemberitahuan secara tertulis sebelumnya.
- Bank berhak mengadakan perubahan - perubahan pada persyaratan dan ketentuan ini.

C. PENYETORAN, PENARIKAN DAN STATUS DORMAN TABUNGAN

- Setoran awal minimal sebesar Rp. 1.000,- (seribu rupiah) dan setoran minimal selanjutnya sebesar Rp. 1.000,- (seribu rupiah) dan saldo minimum sebesar Rp. 1.000,- (seribu rupiah).
- Penyetoran, penarikan dan pemindahbukuan dapat dilayani BANK maupun di sekolah, slip penyetoran dinyatakan sah apabila ada cetak validasi atau ditandatangani yang berwenang dan dicap/stempel.
- Tabungan/Simpanan dinyatakan dormant apabila tidak melakukan transaksi selama 12 (dua belas) bulan berturut - turut dan akan dikenakan biaya administrasi sebesar Rp. 1.000,- (seribu) per bulan.
- Apabila saldo rekening mencapai kurang dari Rp. 1.000,- (seribu rupiah) maka rekening akan ditutup oleh BANK dengan biaya penutupan rekening sebesar sisa saldo.
- Nominal penarikan secara tunai maksimal Rp. 500.000,- (lima ratus ribu rupiah) per hari, kecuali pada saat nasabah ingin menutup rekening.

D. PERHITUNGAN BONUS TABUNGAN

- Bonus tabungan/simpanan yang diberikan sesuai dengan ketentuan BANK.
- Bonus dihitung atas dasar saldo rata-rata harian yang terdapat dalam satu bulan terhitung dari tanggal 1 (satu) sampai dengan tanggal akhir bulan bersangkutan dengan saldo minimum Rp. 1.000,- (seribu rupiah).

Kudus,

Tanda Tangan & Nama Terang	KOLOM UNTUK BANK			
	Customer Service	Kepala Bagian	Persetujuan	Tanda Tangan Direksi

FORMULIR PERMOHONAN PEMBIAYAAN

DATA SUAMI / ISTRI

Nama Lengkap :
 Tempat Lahir : Tanggal Lahir :
 No. KTP/SIM/Paspor :
 No. NPWP** :
 Pendidikan : ☐ S2 / S3 ☐ S1 ☐ D3 ☐ SLTA ☐ SLTP ☐ SD
 (Dibawah ini diisi jika joint income*)
 Pekerjaan : ☐ Karyawan ☐ Pegawai Negeri ☐ Profesional ☐ Wiraswasta ☐ Petani ☐ Lainnya
 Status Kerja : ☐ Pegawai Tetap ☐ Kontrak ☐ Lainnya
 Lama Bekerja : ☐ > 10 Tahun ☐ 5 - 10 Tahun ☐ 2 - 5 Tahun ☐ < 2 Tahun
 Nama Perusahaan :
 Alamat Perusahaan :
 Telepon :
 Jabatan/Pangkat :
 Tempat Usaha : ☐ Milik Sendiri ☐ Sewa ☐ Lainnya

DATA PENGHASILAN & PENGELUARAN

Penghasilan : Rp. Pengeluaran : Rp.
 Penghasilan/gaji bersih per bulan : Rp. Rumah Tangga : Rp.
 Penghasilan istri/suami per bulan : Rp. Angsuran Pihak III : Rp.
 Penghasilan rutin bulanan lainnya : Rp. Pengeluaran Bulanan Lainnya : Rp.
 Total penghasilan : Rp. Total Pengeluaran : Rp.
 SISA PENDAPATAN : Rp.

DATA PEMBIAYAAN LAINNYA

Data Pembiayaan / Pinjaman

Pemberi Pinj/Pinjaman	Jenis Pinj/Pinjaman	Sisa Jangka Waktu	Saldo Pinj / Pinjaman	Angsuran

Data Kartu Kredit

Nomor Kartu	Bank Penerbit	Lama Keanggotaan	Limit	Sisa Kewajiban

Semua data yang saya berikan sebagaimana tersebut diatas adalah benar adanya dan dibuat dalam keadaan sadar tanpa tekanan dan paksaan dari pihak manapun, selanjutnya Saya setuju dan mengizinkan PT. BPRS Saka Dana Mulia untuk menggunakan data tersebut dan menyediki semua keterangan yang diperlukan. Setiap perubahan data dari yang sebagaimana tersebut diatas akan Saya sampaikan kepada PT. BPRS Saka Dana Mulia.

Kudus, _____

Pemohon

Istri / Suami

Pejabat Bank

* Coret yang tidak perlu

** Pembiayaan diatas Rp. 50 juta atau jika diperlukan sesuai ketentuan Bank Indonesia



PT. BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH
BPRS Saka Dana Mulia
Jl. Ahmad Yani No. 81, 40132 Semarang, Jawa Tengah
Telp./ Fax : (0291) 4252113



SPECIMENT TANDA TANGAN

Nomor Rekening :	
Nama :	
Alamat :	
Nama :	Nama :
Alamat :	Alamat :
1	1
2	2
3	3



PT. BANK PEMBUNGAAN RAKYAT SYARIAH
BPRS Saka Dana Mulia



SimPel

Simpanan Pelajar

Tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini

Menabung Ya **SimPel** Aja

TUJUAN PRODUK

Literasi Keuangan

Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman kepada siswa, orang tua dan komunitas sekolah mengenai layanan keuangan khususnya produk tabungan.

Inklusi Keuangan

Meningkatkan akses keuangan yang mudah dijangkau, biaya ringan, dan fitur yang menarik bagi siswa.

Budaya Menabung

Menciptakan budaya gemar menabung dan melatih pengelolaan keuangan sejak dini.

Pengembangan Aset (Asset Building)

Mengajarkan kepada siswa untuk dapat memiliki dan mengembangkan kekayaan sendiri dengan cara menabung.

MANFAAT PRODUK

Bagi Siswa

- Edukasi keuangan bagi siswa.
- Mendorong budayagemar menabung.
- Melatih pengelolaan keuangan sejak dini.

Bagi Orang Tua

- Memberi edukasi keuangan tentang produk tabungan.
- Mengajarkan kemandirian dan kedisiplinan anak dalam mengelola keuangan.
- Memudahkan orang tua untuk mengontrol pengeluaran anak.

Bagi Sekolah

- Sarana edukasi praktis keuangan dan perbankan bagi siswa dan Guru.
- Menumbuhkan budaya menabung di sekolah.
- Sarana sistem pembayaran dan pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien di lingkungan sekolah.



PT. BPRS SAKA DANA MULIA

Kantor Pusat : Jl. Jendral Sudirman No. 857-858 Dersalam Kudus Telp/Fax: (0291) 4252111, 445111

Kantor Klas Kota : Jl. Sunan Kudus 147, Kota Kudus Telp/Fax: (0291) 430325, 2911436

Kantor Klas Cilo : Jl. Raya Makam Sunan Muria, Cilo Kudus Telp (0291) 2911966

SYARAT & KETENTUAN



1. Ketentuan Umum

- Tabungan SimPel iB adalah Tabungan perorangan untuk siswa warga negara Indonesia.
- Diperuntukkan bagi siswa PAUD, TK, SD, SMP, SMA, Sederajat/Madrasah, (MI/MTs/MA) atau sederajat, yang berusia dibawah 17 tahun dan belum memiliki KTP.
- Tabungan SimPel iB dalam mata uang Rupiah.
- Pembukaan rekening SimPel iB dilakukan melalui kerjasama antara sekolah dengan bank.
- Orang tua/wali dapat memberi kuasa kepada sekolah (pejabat sekolah yang ditunjuk) atau pihak lain untuk pembukaan rekening SimPel iB.
- Satu siswa hanya diperkenankan memiliki 1 (satu) rekening SimPel iB di 1 (Satu) bank yang sama.
- Tidak diperkenankan untuk rekening bersama (joint account) dengan status "dan/atau".
- Transaksi penarikan, penyetoran dan pemindahbukuan dapat dilayani di sekolah dan jaringan kantor Bank.

2. Syarat Pembukaan Tabungan SimPel iB

- Memorandum Of Understanding (MOU) antara pihak Sekolah dengan pihak Bank.
- Mengisi formulir Customer Identifikasi File (CIF) secara lengkap.
- Melengkapi dokumen untuk pembukaan rekening SimPel iB sebagai berikut:

- * Kartu Pelajar atau
- * KTP Orang Tua dan Akta Kelahiran/Kartu Keluarga

3. Syarat Penyetoran Tabungan SimPel iB

- Setoran awal pembukaan Rekening minimum Rp. 1.000,-
- Setoran tunai selanjutnya minimum Rp. 1.000,-
- Transaksi penyetoran dapat dilayani di sekolah dan jaringan kantor Bank.

4. Syarat penarikan Tabungan SimPel iB

- Penarikan Maksimal Rp 500.000,-/hari, kecuali pada saat nasabah ingin menutup rekening.
- Cara penarikan Tabungan antara lain:

- * Siswa PAUD /TK/ SD
 - ❖ Di sekolah : penarikan dilakukan oleh siswa dengan mengisi slip penarikan serta ditandatangani siswa dan orang tua. Tandatangan siswa melainkan hanya sebagai sarana edukasi, tidak menjadi acuan validasi Bank, dan sebagai dasar acuan validasi pada saat penarikan Tabungan adalah tanda tangan orang tua.
 - ❖ Di Bank : penarikan dilakukan siswa didampingi orang tua. Verifikasi diserahkan ke petugas Bank.
- * Siswa SMP dan SMA, penarikan bisa dilakukan oleh siswa bersangkutan. Verifikasi diserahkan kepada Bank.

5. Dormant / Rekening Pasif

- Rekening Dormant adalah rekening tidak bertransaksi selama 12 bulan berturut-turut.
- Saat rekening berstatus Dormant, rekening dikenakan biaya pemeliharaan sebesar Rp. 1.000,- perbulan.
- Apabila saldo rekening mencapai kurang dari Rp1.000,- maka rekening dapat ditutup oleh system dengan biaya penutupan rekening sebesar sisa saldo.

6. lain-lain

- Bukti kepemilikan rekening berupa buku Tabungan SimPel iB yang diberikan oleh Bank kepada siswa dengan nama yang tertera di rekening adalah nama siswa.
- Pembukaan rekening dapat dilakukan secara kolektif melalui sekolah.
- Penggantian buku tabungan karena halaman penuh tidak dikenakan biaya.
- Biaya dan persyaratan penggantian buku tabungan yang hilang/rusak mengikuti ketentuan yang berlaku di Bank.
- Biaya Administrasi bulanan pemeliharaan rekening tabungan dan administrasi dibebaskan (gratis).
- Biaya penggantian buku Tabungan karena hilang dan atau yang rusak oleh penabung diatur sesuai dengan ketentuan Bank.
- Penutupan rekening Tabungan karena permintaan penabung dikenakan biaya administrasi diatur sesuai dengan ketentuan Bank.

Info lebih lanjut hubungi :



SimPel
Simpanan Pelajar



Dijamin LPS Hingga
2 MILIAR

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

1. Nama : Evi Isfahani
2. Tempat & Tgl Lahir : Pemalang, 12 Januari 1996
3. Alamat Rumah : Walangsanga Krajan Rt.22
Rw.005 Moga Pemalang
4. Email : Isfa.hany12pb@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Pendidikan Formal
 - a. RA Rauhdotul Umat 02 Walangsanga Moga, Pemalang
 - b. MI Rahmatul Umat 02 Walangsanga Moga, Pemalang
 - c. MTS An-Nur Walangsanga Moga, Pemalang
 - d. SMK PGRI 3 Randudongkal, Pemalang
 - e. Program D.3 Perbankan Syariah, UIN Walisongo Semarang
2. Pendidikan Non Formal
 - a. Magang di KSPPS Marhamah Cabang Ahmad Yani
Wonosobo
 - b. Magang di BPRS Saka Dana Mulia, Kudus

Semarang, April 2018

Evi Isfahani